FORMATIVO • TODOS LOS JUGADORES DE LA CANTERA

BARÇA

REVISTA OFICIAL
FC BARCELONA
OCTUBRE - NOVIEMBRE DE 2016
NÚM. 83 · 4 €

El club que nunca duerme

Con la apertura de la oficina de Nueva York y la consolidación de la de Hong Kong, el Barça mantiene la actividad comercial las 24 horas al día para impulsar el crecimiento económico

'Los retos del marketing', por José Mª Gay de Liébana

EDITORIAL

DE BARCELONA AL MUNDO

Desde hace unas semanas, el Barça tiene una oficina abierta en el corazón de Manhattan, en Nueva York, que se suma a la que desde hace tres años está en funcionamiento en Hong Kong. Se trata de oficinas permanentes, con personal del Club, centradas en la búsqueda de nuevos patrocinadores y en la conexión con los seguidores locales. Con este aterrizaje en Estados Unidos, ya están en pleno funcionamiento dos de los pilares del proceso de expansión global del Club.

La internacionalización de la gestión del Club es imprescindible para su crecimiento económico, en un contexto general de creciente interés por el fútbol, de mercados emergentes y de plena revolución digital, en el que el Barça, con 300 millones de seguidores en todo el mundo, se ha consolidado como un referente global de la industria del fútbol, gracias a sus éxitos, a su historia y a su singularidad.



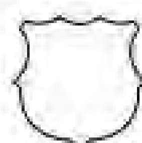
Hong Kong fue el primer proyecto de oficina permanente del Club, centrada en el mercado de Asia-Pacífico. Desde septiembre de 2013, su actividad ha permitido multiplicar el número de patrocinadores, de 5 a 14 actuales, y en consecuencia los ingresos que se derivan de estos. Pero también ha permitido establecer conexiones con el tejido financiero y social de la zona, que pueden dar nuevos resultados de cara al futuro, en una sociedad que continúa incrementando su interés por el fútbol.

Cada oficina tiene entre sus objetivos la adaptación de sus estrategias a la realidad local. Por eso en los Estados Unidos hay que desarrollar más la marca Barça, para que el público estadounidense siga incrementando su interés por el *soccer* y al mismo tiempo distinga la singularidad de la propuesta azulgrana. De entrada ya se han puesto en marcha proyectos deportivos como el despliegue de franquicias en la Liga estadounidense de fútbol sala y de fútbol femenino, además de proyectos formativos, vinculados a las FCBEscoles, y sociales, liderados por la Fundación.

A estas alturas, el Club concilia con plena normalidad su actividad principal, centrada en Barcelona, con la agenda y las gestiones de sus oficinas internacionales. De hecho, hoy el Barça puede decir que está abierto las 24 horas del día, con presencia física en dos territorios estratégicos, China y Estados Unidos, y con conexión permanente con el Camp Nou.

El posicionamiento internacional del Club ha captado la atención de medios de comunicación de todo el mundo. El aterrizaje en Estados Unidos ha sido noticia destacada en muchos medios informativos, muchos de estos de audiencias millonarias, que han fijado su mirada en el alcance global del Barça como institución, en su singularidad histórica, en su modelo de propiedad y en sus expectativas de crecimiento.

SUMARIO



FC BARCELONA. Octubre-noviembre de 2016 **EDITA** Departamento de Comunicación FC Barcelona. Av. de Arístides Maillol, s/n, 08028 Barcelona T 902 18 99 00 F 93 411 22 19 revista@fcbarcelona.cat **DIRECTOR DE COMUNICACIÓN** Albert Roura **JEFE DE PRENSA** Toni Ruiz **DIRECTORA** Ketty Calatayud **REDACTORES** Albert Arias, Marta Campderrós, Carles Cascante, Xavier Catalán, Jordi Clos, Vanessa Forns, David R. Jover, Albert Montagut, Albert Montenegro, Miriam Nadal, Francesc Orenes, Marc Parramon, Albert Riudeubas y Mario Ruiz **REVISIÓN LINGÜÍSTICA** Marina Àlamo y Lourdes Julià **ASESORAMIENTO HISTÓRICO** Carles Santacana **COMPAGINACIÓN Y MAQUETACIÓN** Olga Amigó y Montse Chaure **FOTO DE PORTADA** Germán Parga (FCB) **FOTOGRAFIA** Arxiu FCB, Centre de Documentació y Estudios FCB, Marta Contín, Santiago Garcés, Marc Gómez, Miguel Ruiz (FCB), Germán Parga (FCB), Víctor Salgado (FCB) **PUBLICIDAD** FC Barcelona Departamento Comercial y de Marketing F 93 496 36 72 **IMPRESIÓN** Rotocayfo **TIRADA** 117.800 ejemplares
DEPÓSITO LEGAL B-40053-02 **PAPEL** Estucado mate ecológico libre de cloro de 70 g.



FC BARCELONA 2016/2017



De izquierda a derecha

PRIMERA FILA: Javier Yanguas (médico), Xavier Linde (recuperador), Cillessen, Alcácer, Umtiti, Digne, Rakitic, Piqué, Ter Stegen, Mathieu, André Gomes, Aleix Vidal, Sergi Roberto, Masip, Carlos Naval (delegado), Pepe Costa (Oficina de Atención al Jugador).

SEGUNDA FILA: Ricard Pruna (médico), Xavi López (fisioterapeuta), Jaume Munill (fisioterapeuta), Antonio Gómez (preparador físico), Joaquín Valdés (psicólogo), Rafael Pol (preparador físico), Robert Moreno (segundo entrenador), Luis Enrique (entrenador), Josep Maria Bartomeu (presidente), Juan Carlos Unzué (segundo entrenador), Joan Barbarà (auxiliar técnico), José Ramón de la Fuente (entrenador de porteros), Edu Pons (preparador físico), Isidre Ramón (analista), Jordi Melero (analista), Carles Martínez (analista), Jesús Casas (analista).

SENTADOS: Roger Gironès (fisioterapeuta), Jordi Mesalles (fisioterapeuta), Juanjo Brau (jefe de fisioterapia del FCB), Arda Turan, Rafinha, Luis Suárez, Sergio Busquets, Andrés Iniesta, Leo Messi, Javier Mascherano, Neymar, Jordi Alba, Denis Suárez, José Antonio Ibarz (utilero), Gabriel Galán (utilero), Jordi Duran (utillero).


FCBARCELONA.COM
QATAR AIRWAYS


LA MAS A
BARÇA

BARÇA FEMENINO 2016/2017



De izquierda a derecha

PRIMERA FILA: Andrea Giménez, Olga García, Line Røddik, Jennifer Hermoso, Laura Ràfols, Alexia Putellas, Andressa Alves, Barbara Latorre, Sandra Paños.

SEGUNDA FILA: Marta Torrejón, David Domínguez (doctor), Judit València (fisioterapeuta), Jordi Mestre, Xavi Llorens (entrenador), Josep Maria Bartomeu, Jordi Ventura (segundo entrenador), Berta Carles (preparadora física), Oriol Casares (entrenador de porteras), Isa Arbonés (fisioterapeuta), Miriam Diéguez.

SENTADOS: Sandra Hernández, Ane Bergara, Patri Guijarro, Mariona Caldentey, Melanie Serrano, Marta Unzué, Ruth García, Gemma Gili, Leila Ouahabi, Irene del Río, Ange Koko N'Guessan, Aitana Bonmatí.


NUEVA YORK
BARCE

ABIERTO 24 HORAS

Hong Kong, Barcelona, Nueva York... Siempre hay una oficina del FC Barcelona abierta y así se cubre prácticamente toda la franja horaria del planeta. La actividad en Can Barça, porque siempre es Can Barça, esté donde esté, nunca para. Con el aterrizaje en Nueva York la actividad comercial del Club se extiende, globalmente, las 24 horas del día

KETTY CALATAYUD FOTOMONTAJE: **DOUBLEYOU**

ELONA

HONG KONG

Son las 8 de la mañana en Hong Kong y la jornada laboral comienza en la oficina del FC Barcelona, en el número 8 de Queen's Road, en el corazón del distrito financiero, rodeada de tiendas de lujo y una riada de gente que camina por la calle hacia el trabajo con un vaso de cartón en la mano. Xavier Asensi, director de la sede, y el resto de empleados del Club que no se encuentran de viaje visitando algún cliente ya han ido llegando a sus lugares de trabajo.

En Barcelona, a esa hora, es medianoche y la actividad en el Club se encuentra en *standby*, a menos que haya jugado el Barça, por ejemplo el día del Atlético de Madrid, a las 10 de la noche. Las jornadas los días de partido se alargan. Mientras tanto, en Nueva York son las 6 de la tarde y a esa hora, en teoría, finaliza la jornada laboral, que empieza a las 8 de la mañana, pero que habitualmente se alarga con alguna actividad *post office*: recepciones, conferencias y actividades diversas.

El Barça no para nunca. Siempre está abierto. Es el reflejo de la estrategia comercial que tiene una entidad como el FC Barcelona, que factura casi 700 millones de euros y que puede detener la maquinaria que hace posible tener el mejor club del mundo, con los mejores jugadores, una cantera de 20 equipos, unos servicios para los socios que no tiene ningún otro club del mundo. "Esto es lo que te pide el mundo moderno, estar siempre activo, y nosotros ahora podemos asistir mucho mejor a nuestros patrocinadores. Esto es una ventaja competitiva muy importante para nosotros. No lo tiene ningún club del mundo", explica Francesco Calvo, director del Área Comercial y de Marketing del FCB.

El fútbol, el deporte global

El fútbol es el deporte más visto del mundo, con unas audiencias que superan las de deportes como el fútbol americano o el baloncesto estadounidense. La expansión global del Barça es uno de los pilares del crecimiento económico de la Entidad y estratégicamente es una apuesta de futuro. "La expansión internacional es muy importante porque el fútbol es verdaderamente el único deporte global que existe. La Liga está trabajando muy bien para mejorar la difusión de los partidos de esta competición en todo el mundo, y nosotros tenemos que aprovecharlo", razona Calvo, aunque la ventaja de competiciones como la Premier League sobre la Liga Santander todavía es muy grande.

Barça, líder mundial en ingresos

Previsiblemente, el Barça desbancará al Real Madrid en el puesto número 1 de clubes con más ingresos la temporada 2015/16, según el informe de Deloitte que se hará público a finales de año. Pero el Manchester United está creciendo mucho y está recuperando el terreno perdido en los últimos años gracias a los derechos audiovisuales de la Premier.

"La Premier vende los derechos audiovisuales cada temporada, domésticos e internacionales, por casi 3.000 millones de euros. La Liga está en unos 1.300 millones. La Premier ha hecho un trabajo increíble en los últimos 25 años, y comercialmente es la Liga número 1. Por un lado, cuentan con la ventaja del idioma, y los partidos están programados en horario de prime time en Asia, siempre, y los partidos se definen en julio, y no sufren cambios por nada. La gente aquí no sabe si nuestro Clásico será el 3 o el 4, y a qué hora. Ellos ya lo saben. Y pueden programar un Manchester City-Manchester United a las 13 h. ¿Te puedes imaginar un Barça-Real Madrid a esta hora? La LFP ha mejorado, está trabajando bien, pero aún queda mucho camino por hacer", afirma Francesco Calvo.

> **"La oficina de Hong Kong es más comercial. En la de Nueva York debemos aportar un valor añadido"**
> FRANCESCO CALVO

Una parte de esta expansión está sujeta a la proyección de los partidos del Barça, que depende de los derechos audiovisuales y de trabajo de la Liga, una vez unificados los derechos, pero el Club trabaja en la parte estratégica que depende de sí mismo. Y la apertura de oficinas en Hong Kong y en Nueva York es una parte fundamental de los objetivos que tiene el Club de buscar patrocinadores regionales, de estar más cerca de ellos y también de los aficionados. "La oficina de Hong Kong abrió en 2013 y hoy parece lo más normal del mundo", opina el director del Área Comercial y de Marketing del Club. "Pero el Barça fue pionero en introducirse en este mercado. En Asia el fútbol está creciendo a un ritmo vertiginoso, increíble, y creo que fue una gran inversión la que hizo el Club, que está teniendo muy buenos resultados".

Adaptados a cada zona

Francesco Calvo explica que la oficina de Hong Kong "es una oficina única, porque trabajan 13 personas que hablan diez idiomas diferentes, y el gran reto es tenerlos conectados con Barcelona y hacerles comprender qué es el Club para poder vender marca Barça de la mejor manera posible. La oficina de Hong Kong tiene un éxito extraordinario".

La de Asia Pacífico y la que acaba de abrir en Nueva York tienen objetivos comerciales comunes, pero el Club debe adaptarse a la idiosincrasia de cada mercado, de cada zona. "Hong Kong es sobre todo una oficina comercial, tienes que trabajar con muchos países diferentes, cada país en Asia tiene una lengua y una cultura propia. Está enfocada más a patrocinios, FCBEscola y actividades comerciales", explica Calvo. En cambio, la oficina de Nueva York tiene otras connotaciones. "Es diferente. Primero hay que desarrollar más la marca Barça en Estados Unidos, que los americanos comprendan muy bien qué es el *soccer*, qué es el Barça, y eso queremos hacerlo a través de proyectos deportivos como escuelas, o una franquicia como el fútbol femenino o el futsal.







Arriba, los trabajadores de la oficina de Hong Kong. Abajo, Francesco Calvo exponiendo el modelo Barça, y a la derecha, Arno Trabesinger, en la inauguración.



En la oficina de Manhattan se citan americanos y empresarios para ver los partidos del Barça.



El oculus virtual que permite vivir la experiencia de estar dentro del Camp Nou, en la oficina de NY.

NUEVA YORK

Mucho más que una oficina

En la oficina de Manhattan de momento trabajan cuatro personas del Club, explica Arno Trabesinger, su director. "Gerard Guiu, responsable de proyectos de la Fundación y las relaciones institucionales; Arturo de la Fuente es responsable de aumentar la cartera de nuestros clientes, e Idannis Mercat es nuestra *office manager*, la que nos organiza el día a día de la oficina y nos facilita concentrarnos en nuestros proyectos. "Desde que abrió sus puertas, el 6 de septiembre, la oficina se ha convertido en un lugar de peregrinación culé. Es mucho más que una oficina", asegura Gerard Guiu. "Los socios y fans del Barça pasan continuamente a ver la maqueta del Espai Barça, a hacerse una foto con alguna de las copas o a vivir la experiencia de estar el Camp Nou con el Oculus Virtual Reality 360 grados sobre el césped natural. También invitamos a estadounidenses y representantes de empresas potenciales patrocinadoras a ver los partidos desde la oficina. Grupos de 20 personas que pueden seguir los partidos de Liga y Champions para hacer *networking*".

Debemos entender cómo podemos dar un valor añadido al deporte americano y nosotros aprender cómo la tecnología y la digitalización se aplican al deporte estadounidense y cómo podemos explorarlo aquí”.

Arno Trabesinger, el director de la oficina de Nueva York, con una gran experiencia en el mundo del patrocinio internacional, cree que el Barça aterriza en Nueva York en el momento propicio. “El *soccer* está creciendo a un ritmo muy alto. Es el deporte que más está creciendo en este país. Es el deporte número 1 entre los jóvenes, cada vez a más niños y niñas les gusta el *soccer*. Los éxitos deportivos de nuestro equipo, los goles de Messi, Neymar y Suárez son fundamentales para alcanzar nuestros objetivos en este país. Como el Barça es *más que un club*, también tenemos muchos planes con nuestra Fundación, como el acuerdo con el Ayuntamiento de NYC referente a una colaboración con el *FutbolNet*”.

Los planes anunciados por el presidente Josep Maria Bartomeu de tener una franquicia del Barça en la Liga femenina estadounidense y un equipo de fútbol sala son temas que mantienen ocupada a la oficina de Nueva York y que trabaja junto con Barcelona. “El fútbol femenino es un tema muy importante para el futuro del Club. Desde hace muchos años los equipos femeninos en los Estados Unidos están entre los mejores del mundo. Por lo tanto, es obvio que queremos desarrollar proyectos en este ámbito. Estamos en contacto con los responsables de la Liga estadounidense y hablando de posibles maneras de colaborar. Pero todavía es demasiado temprano para hablar de detalles. En 2018 arranca una Liga profesional de futsal en Estados Unidos, la PFL. Tenemos una oferta encima de la mesa para participar con nuestro propio equipo, basado en Nueva York. Dentro de las próximas semanas tendremos una decisión”, afirma Trabesinger.

Son las 20 h en Hong Kong y la jornada se alarga porque hay una reunión por Skype con todas las oficinas. Es el único momento en que los compañeros de Barcelona (14.00 h) y Nueva York (8 de la mañana) están operativos al tiempo que HK. Francesco Calvo, Xavi Asensi, Arno Trabesinger... un italiano, un catalán, un austriaco. El Barça global. ■

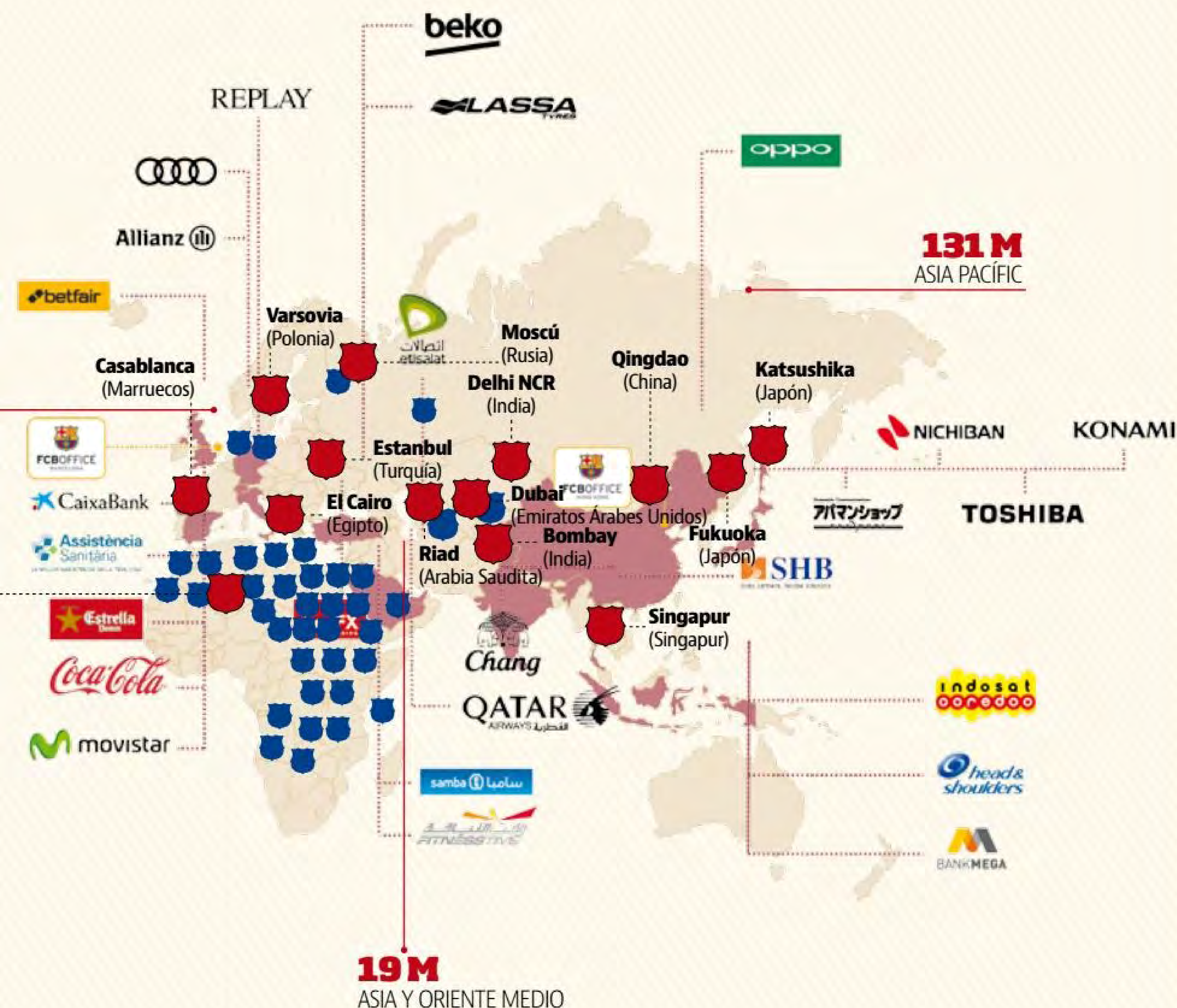
> **“El ‘soccer’ está creciendo a un ritmo muy alto y debemos desarrollar proyectos con el fútbol femenino”**
>
> ARNO TRABESINGER

El Barça, en todo el mundo



FCBEscoles
FCBFundación
Patrocinadores
Barça Fans
FCBOffice

El Barça es un club en constante crecimiento y expansión, que cuenta con 300 millones de seguidores en el mundo, con una red internacional de FCBEscoles y con presencia en proyectos de la Fundación. La Entidad trabaja para adaptarse a cada contexto local, con la apertura de oficinas en territorios estratégicos, lo que permite ampliar la red de patrocinadores desde el ámbito global hasta el regional



ENTREVISTA

"Somos diferentes y en nuestra esencia recae la gran fuerza"



Manel Arroyo lidera la expansión global del Club, fundamental para lograr la generación de recursos económicos y crear valor para la marca Barça

KETTY CALATAYUD

Manel Arroyo es el directivo vicepresidente responsable del Área de Marketing y Comunicación del FC Barcelona, la persona que tiene la responsabilidad y la confianza del presidente y de la Junta Directiva para marcar las estrategias comerciales del Club y liderar la expansión internacional de la marca Barça.

¿Cuáles son los grandes objetivos del Área de Marketing y Comunicación?

El Área de Marketing busca la generación de recursos económicos del Club, acompasado con la difusión de nuestro mensaje de valores, conseguir la máxima cantidad posible de ingresos y crear valor para la marca Barça. Debemos garantizar que nuestra marca esté a la altura de la posición de liderazgo que tiene nuestro equipo de fútbol. Tenemos el mejor equipo y tenemos que tener la mejor marca, y que los líderes de las empresas de los diferentes ámbitos se quieran asociar con nosotros.

Los tiempos han cambiado mucho, hace años las cuotas de los socios eran una parte muy importante de los ingresos, y hoy en día la aportación es prácticamente testimonial (18 millones de euros). ¿Cuáles son actualmente las grandes fuentes de ingresos del Club y cómo se gestionan?

Los recursos se obtienen del Área de Patrocinio, de la venta de entradas y abonos, de los llamados *meetings & events*, de las FCBEscoles, del Área Digital y del Área Audiovisual. Todas estas áreas, junto con otros departamentos del Club, buscan rentabilizar y maximizar el valor que aporta la marca Barça a través de sus múltiples activos, como el Estadio, el equipo de fútbol, las secciones profesionales, los medios de comunicación, las plataformas digitales, las licencias de productos como la camiseta, etc.

La camiseta ha sido protagonista este verano, primero con la renovación del contrato de Nike y después por la prórroga de un año del patrocinio de Qatar Airways.

Sí, podemos estar orgullosos de tener la camiseta mejor pagada del mundo. El acuerdo con Nike representa el acuerdo de patrocinio de equipaciones deportivas más importante de la historia y nos reconoce como la referencia más importante en la industria del fútbol en el mundo. Después del contrato de televisión, este es el activo que más dinero aporta a la Entidad. El planteamiento con Qatar Airways era extender el contrato un año con las mismas condiciones que las que teníamos para seguir trabajando para conseguir el mejor contrato de patrocinio que nuestro club merece.

¿Cómo es su tarea en el Área de Marketing y Comunicación del Club?

Mi tarea en relación con el Área de Marketing comenzó con el refuerzo del equipo humano del Club, colaborar con ellos en el diseño del plan estratégico y ahora es sencillamente darles apoyo. Tenemos un excelente equipo humano sin el cual no serían posible los logros conseguidos y los retos que tenemos por delante, desde nuestro director comercial, Francesco Calvo, Juli Ferrer, jefe de Patrocinios; Enric García, director de Explotación de Instalaciones; Antonio Martín, jefe del Área Audiovisual-Digital; Xavi Asensi, jefe de la oficina de Hong Kong..., y Arno Trabesinger, que lidera Nueva York, y muchas otras personas muy capacitadas y calificadas para representar los intereses del Barça en todo el mundo. En cuanto a Comunicación, mi misión es velar para que el Club siga la estrategia comunicativa aprobada por la Junta Directiva y basada en un discurso claro, coherente, transparente, para que llegue a nuestros seguidores y fans en todo el mundo.

¿El Plan Estratégico establece como objetivo llegar a los mil millones en 2021?

Lo que yo siempre he dicho es que el Barça tiene como gran logro conseguir ser el primer club que alcanza los mil millones de ingresos, pero esto no es una carrera contra el tiempo. Mil millones de ingresos es una cifra elevadísima, muy difícil de conseguir, pero lo importante es que estamos poniendo los cimientos del camino para llegar a este objetivo. El Barça es en estos momentos el Club con más potencial, más bien encarado, para poder llegar al billón.

¿Cuál es ese camino?

El Barça no siempre compite en igualdad de


GERMÁN PARGA - FCB



"Estamos poniendo los cimientos del camino para llegar al objetivo de los mil millones de ingresos, pero no es una carrera contra el tiempo"

condiciones con otros clubes en el terreno económico. Nosotros no tenemos accionistas, ni un fondo de inversión, ni un multimillonario detrás. Tenemos un sentimiento, los mejores futbolistas, el mejor equipo del mundo, un estilo de juego referente, una Masia que es un modelo único de formación, una Fundación que ayuda a los niños vulnerables y que educa con los valores del deporte, queremos potenciar el fútbol femenino porque creemos en la igualdad en el deporte, y tenemos otros proyectos estratégicos como el FCBConeixement. Somos diferentes y en nuestra esencia recae la gran fuerza de nuestro club, de nuestra marca.

La temporada 2015/16 se han conseguido 679 millones de ingresos. ¿Dónde está el margen de crecimiento para llegar a estos mil millones?
Estas cifras exigen un gran esfuerzo comercial. Nuestra expansión internacional es clave. Con la incorporación de Gillette y una marca que daremos a conocer en breve, pasaremos de cuatro a seis patrocinadores de Nivel Premium y habremos completado esta cuota. Para que se tenga una idea de nuestro crecimiento, la temporada 2010/11 el Club tenía cinco patrocinadores internacionales. Ahora tenemos 37, 15 globales y 22 regionales. Tenemos que seguir trabajando duro para seguir esta expansión con la ayuda de las nuevas oficinas. También es muy importante el proyecto del Espai Barça para poder sacar un mayor rendimiento de nuestras instalaciones.

Hong Kong abrió en 2013 y ya está consolidada. Con la inauguración de la oficina de Nueva York el Barça tendrá actividad durante las 24 horas del día. ¿Qué supone para la estrategia comercial del Club?
Sí, ahora decimos que el Barça está abierto siempre. En Estados Unidos tenemos cuatro patrocinadores muy importantes, y en el futuro vendrán más oficinas. Tenemos claro que Latinoamérica es un lugar donde debemos estar, tenemos claro que en China, en Pekín, debemos estar. Los dos grandes mercados donde está creciendo el fútbol son Estados Unidos y China, y por lo tanto hoy en día un club como el Barça es muy requerido, pero debemos aprovechar el crecimiento de estos mercados para obtener recursos y continuar expandiendo nuestro mensaje.

¿Por eso es importante abrir FCBEscoles y establecer acuerdos sociales y solidarios?
Tenemos unos objetivos comerciales, lógicamente, pero nuestro club, allá donde va, debe continuar difundiendo su mensaje, sus valores. Hoy en día todo el mundo quiere conocer y todo el mundo quiere acercarse al Barça por lo que representa y por lo que es en el mundo del fútbol, y también por su compromiso social y solidario. Por eso tenemos que ir de la mano de la Fundación, de las FCBEscoles, y hacer una labor de difusión de nuestro mensaje barcelonista y catalán en todo el mundo.

El aterrizaje del Barça en Nueva York ha tenido un gran impacto mediático global. ¿Se ha notado el crecimiento del Club y el fútbol en los EE.UU?
Hoy en día hay muchas herramientas para medir esto, pero hay una que es capital, que es el mundo de las redes sociales, los fans que hoy en día manifiestan que nos siguen. En estos momentos, el Barça es el primer club en el mundo del fútbol en Estados Unidos. Hasta hace no mucho tiempo era el Manchester United, pero en estos momentos nosotros ya somos líderes. Por tanto, este requerimiento es manifiesto. La gente quiere conocer más, quiere acercarse más a nuestro club y, evidentemente, tener una oficina en Nueva York, con los mensajes que expandiremos a través de nuestra labor comercial, pero también a través de la Fundación y las FCBEscoles, es el camino a seguir, sin duda.

¿Cómo planifican la estrategia de comunicación en las redes sociales del Club?
Estamos trabajando en un rediseño del Área Digital que pronto daremos a conocer. Son múltiples los objetivos: por un lado, hacer llegar los mensajes del Club al máximo número posible de fans, y por otro, lograr la exposición más grande de la marca Barça para dotarla del máximo valor. La inmediatez, el tipo de usuario de las redes sociales, así como la combinación de mensajes de texto y audiovisuales, hacen de este medio un canal idóneo para que el Club se comunique de manera global. Al mismo tiempo, las audiencias generadas por las nuevas plataformas digitales son, hoy en día, de gran valor a la hora de cuantificar los patrocinios. ■





HONG KONG NEGOCIO Y FIDELIZACIÓN

La primera oficina permanente que el FC Barcelona abrió en el exterior acaba de cumplir tres años y se ha consolidado como un modelo de éxito para captar nuevos patrocinadores y crear una conexión con los aficionados que dure en el tiempo

KETTY CALATAYUD

Cuando el FC Barcelona inauguró en septiembre de 2013 la oficina permanente en Hong Kong, un *headquarter* para explotar el mercado de Asia Pacífico, abría una vía que en ese momento presentaba muchas incógnitas. Actualmente sólo el Manchester United ha dado también este paso de establecerse en Asia en busca de patrocinadores y de captar el maná de los millones y millones de potenciales seguidores. Tres años después, esa decisión se puede decir que se ha confirmado como un gran acierto. El FC Barcelona no sólo ha multiplicado el número de patrocinadores (ha pasado de 5 en 2013 a 14 en 2016) y los ingresos (más de 19 millones), sino que ha establecido conexiones con el tejido financiero y con el territorio social que se prevén muy fructíferas a medio y largo plazo.

Xavier Asensi, director de la oficina de Hong Kong, considera vital tener presencia física en Asia "para crear y aumentar aún más la percepción de la marca en el territorio". "Nuestros aficionados o seguidores también lo están viendo y pueden disfrutar gracias a los *partners* locales y regionales –ha añadido Asensi–. Estar físicamente aquí transmite compromiso, y esto, sumado a mucho trabajo, hace que los resultados vayan llegando".

La apuesta del Barça para aterrizar en Hong Kong en 2013 se basó, por un lado, en el gran mercado potencial que representa el territorio APAC, donde se concentra el 60% de la población mundial. Y, por el otro, en el hecho de que nos encontramos con economías emergentes, en contraposición con el mundo occidental, que tienen la necesidad de invertir y ganas de internacionalizarse, con lo que todo ello conlleva en cuanto a potencial de crecimiento. Pero, tal y como explica Xavier Asensi, en el caso de los intereses del Barça, se añade otro factor. "A pesar de que algunos de estos países tienen deportes nacionales, ninguno tiene en su fútbol local la referencia de este deporte. Atendiendo al hecho de que el fútbol les interesa a todos en mayor o menor medida, esto nos brinda una gran oportunidad, ya que el principal referente en este ámbito pasa a ser el fútbol europeo. Por este motivo, Asia se puede considerar uno de los mercados más importantes para nosotros".

¿Y cómo lo hace el Barça, a diferencia de otros clubes? "Nosotros no hemos venido a Asia para conseguir el rendimiento máximo en el corto plazo aprovechando esta coyuntura económica, sino que hemos venido para quedarnos. No buscamos sólo negocio, sino que también queremos captar y fidelizar seguidores", afirma Asensi, que lo extrapola a esta sentencia tan conocida: "En esta vida uno puede cambiar de trabajo, de lugar de residencia, de coche, de casa, pero muy difícilmente una persona cambia de equipo de fútbol. Por lo tanto, estamos trabajando por el presente, pero pensando en el futuro, también".

El continente con más fans

Asia es el continente donde el Barça concentra más fans en el mundo. "Tenemos más seguidores que en toda Europa y América sumadas", afirma Asensi, y esto da una idea de la importancia de tener una oficina en el territorio para estar más cerca de los patrocinadores y de los fans. El director de la oficina explica que el primer factor que atrae a los asiáticos es el mismo fútbol, el deporte en sí, que interesa tanto a los gobernantes como a la gente de todos los sectores de la sociedad. El segundo factor es el hecho de que el Barça gana, y ha ganado mucho en el pasado cercano. "Pero, también, cómo hemos ganado. El Barça tiene una magia que otros clubes no tienen. Si no ganásemos, no podríamos explicar nuestra historia, o, cuando menos, no nos escucharía tanta gente". La propie-







Hong Kong es uno de los centros financieros más importantes del mundo. El gigante de la telefonía china, Oppo, es un patrocinador importante.

dad del Club, en contraste con las grandes marcas deportivas que tienen un solo propietario muy bien definido, también es algo atractivo para ellos", firma Asensi. Pero, sin duda, el principal motivo tiene nombres y apellidos: "Messi, Puyol, Xavi, Iniesta, Piqué, Neymar, Guardiola, Busquets, Ronaldinho, Cruyff...". "En definitiva, diría que nuestros resultados, nuestra historia e idiosincrasia, la revolución digital y el creciente interés en el fútbol (desde todos los estamentos) nos sitúan en primera posición, o casi".

La conexión con los fans a través de las redes sociales, las webs en la lengua propia (el Barça tiene web en japonés, chino e indonesio) son fundamentales para conseguir el interés de millones de personas que siguen el Club a más de diez mil kilómetros de distancia, "que se levantan a horas intempestivas para ver los partidos, se aprenden nuestra historia, nos siguen en muchas y diversas plataformas de contenidos, se tatúan nuestros colores, etc. Los seguidores, en gran medida, nos ayudan y dan sentido a lo que somos. Esto nos genera una enorme masa social a la que tenemos acceso, y en una parte muy importante, gracias a ellos, hay empresas interesadas en asociarse y en invertir en nosotros. No sólo se trata de camisetas, es algo mucho más importante", razona Xavier Asensi.

"No creo que salga un Messi chino, porque Messi sólo hay uno, pero buenos jugadores sí. Es cuestión de tiempo y matemáticas"

XAVIER ASENSI

Por todo ello, las giras del equipo durante la pretemporada se consideran "vitales" porque el hecho de venir al territorio una vez cada X tiempo no sólo responde a intereses comerciales, sino que "por lo menos podría llegar a entenderse como un gesto de empatía con todos esos millones de seguidores". "Si se quiere, es incluso un tema de gratitud recíproca constatada con hechos", añade Asensi. El Club tiene muy claro que lo más importante, como club de fútbol que somos, "debe ser la parte deportiva y la consiguiente preparación del equipo, eso no lo cambiará ningún mercado", pero, sin embargo Xavier Asensi está convencido de que "el equilibrio entre los intereses deportivos y comerciales es posible".

Y en el ámbito deportivo, pensando en el futuro, por qué no, en el aire está la pregunta de si podría salir un Messi chino. Asensi lo tiene muy claro: "No, pero por el simple motivo de que no creo que salga ningún Messi más. Si hablamos de buenos jugadores, buenos jugadores, creo que sí. Es una cuestión de tiempo, metodología y matemáticas. Mientras tanto, nosotros trabajamos para que, cuando salga, como mínimo sea del Barça o tenga a Messi como su ídolo, que más o menos es lo mismo". ■





SUPERFICIE

Edificio estratégico

La oficina del Barça se encuentra en Queen's Road Central, número 8, en el corazón del distrito financiero en la isla de Hong Kong, un lugar estratégico sin lugar a dudas.



UBICACIÓN

En el centro del distrito financiero

Debido a su situación es muy fácil poder llegar tanto en metro como en autobús o con los sistemas más característicos de Hong Kong, como los ferris que conectan las islas o el famoso Tram (tranvía).

Una torre de Babel que habla más de diez idiomas

K. C.

La oficina de Hong Kong se ha convertido en una especie de Torre de Babel donde conviven trabajadores del Club procedentes de diferentes lugares y culturas. Xavier Asensi conocía perfectamente dónde iba cuando aceptó el encargo de dirigir la oficina. Acumulando diferentes épocas, ya ha residido en Asia durante más de una década. Antes de establecerse en Hong Kong con el Barça ya había estado muchos años en China. Se comunica en chino si hace falta y conoce perfectamente el Club.



De pie, de izquierda a derecha, Stephanie Chen, Toni Claveria, Kelvin Leung, Xavier Asensi, Silong Sam, Tatt Tam, San Wong. Sentados, de izquierda a derecha, Jenny Yang, Kennes Chan, Erin Pun, Misia Fok, Wenjia Teng.

Asensi transmite una pasión culé que es muy útil para liderar una oficina donde prácticamente todos los trabajadores son extranjeros y a los que se debe transmitir muy bien qué es y qué significa el Barça. "Hoy somos 13 personas establecidas en Hong Kong, entre las que hay gente de China, Tailandia, Corea del Sur, Hong Kong, Nepal, Inglaterra y, por supuesto, Catalunya. Podemos contestar llamadas en más de diez idiomas diferentes. La idea de todo reside en poder dar el mejor trato posible, somos el Barça", asegura el director de la oficina, que tiene que hacer largas jornadas laborales para poder estar conectado a Barcelona debido a la diferencia horaria, que puede llegar a ser de hasta ocho horas. "Para nosotros, más que un problema, la diferencia horaria es una ventaja, ya que nos permite ser más productivos. Simplemente, los días son más largos".





La inauguración de la oficina congregó personalidades de todos los ámbitos. Ronaldinho marcó el tanto que escenificó la apertura de la nueva oficina.



El presidente Bartomeu y Ronaldinho se abrazan después del gol.



El acto institucional finalizó con un cóctel para los invitados.



El Barça aterriza en NUEVA YORK

La apertura de la primera oficina del Club en el corazón de Manhattan abrirá nuevos canales comerciales y dará a conocer la vertiente social y solidaria en los mercados americanos





Nacho Mestre, con el doctor Josep Baselga.



El doctor Valentí Fuster, con Bartomeu.



ames Costos, embajador en España.



Hristo Stoichkov y David Villa, con Don Garber.

ALBERT MONTAGUT / MARC PARRAMON

El Barça ya está en América. El Barça ha desembarcado en Nueva York. La apertura, el día 6 de septiembre, de la primera oficina del FC Barcelona en la metrópoli norteamericana marca el inicio de una nueva etapa para la entidad azulgrana. Lo que Hans Gamper inició en 1899 como un club de amigos a los que les gustaba un deporte llamado *foot-ball* se ha convertido, 117 años después, en un club colosal, global y admirado en todo el mundo.

El majestuoso Empire State Building, iluminado con los colores del FC Barcelona para conmemorar la inauguración de la primera oficina en Manhattan, es ya una de las imágenes icónicas que quedarán para la historia del Club, y es el resultado del trabajo realizado durante más de cien años, además de un espolón para la construcción del Barça del futuro.

El FC Barcelona llega a Estados Unidos cargado de ilusión y para quedarse. Desde la nueva oficina corporativa se llevará a cabo una intensa labor de relaciones, especialmente comerciales, y supone un paso de gigante en la expansión internacional de la Entidad, ya reconocida y consolidada como un fenómeno global.

Una delegación del FC Barcelona inauguró estas nuevas instalaciones en un acto acompañado también de diversos eventos institucionales, sociales y solidarios por toda la ciudad. El presidente Josep Maria Bartomeu, con el vicepresidente primero, Jordi Cardoner, y los vicepresidentes Jordi Mestre y Manel Arroyo, encabezaron la comitiva del Club en este evento histórico.

El exjugador del primer equipo Ronaldo de Assis Moreira Ronaldinho, que enamoró al Camp Nou con su magia, fue el embajador futbolístico oficial del Club en este viaje. El brasileño, acompañado de la jugadora del equipo femenino de fútbol Line Røddik Hansen, marcó el tanto testimonial que inaugura la oficina de Nueva York.

La apertura de esta nueva sede es una decisión estratégica del presidente del FC Barcelona y de su Junta Directiva, y supone un revulsivo en el alcance internacional del Barça y un eslabón comercial fundamental para la obtención de nuevos ingresos y la concreción del Plan Estratégico del Club para el período 2016-2021.

La vertiente social y solidaria del FC Barcelona también seguirá siendo una de las líneas de trabajo de esta nueva oficina. En este ámbito, el objetivo es incrementar la presencia de la Fundación FC Barcelona en los Estados Unidos, así como activar nuevas peñas y escuelas promovidas por la FCBEscola.

La oficina quedará bajo la supervisión institucional de Manel Arroyo, vicepresidente responsable del Área de Marketing y Comunicación, y de Francesco Calvo, director comercial del Club.

La delegación en Estados Unidos estará dirigida por el austríaco Arno Trabesinger, acompañado por Gerard Guiu, que anteriormente había ocupado los cargos de jefe de gabinete de la presidencia y director de Proyectos del Área Social, y, por otro, Arturo de la Fuente, perteneciente al Departamento de Marketing. Todos ellos deberán desarrollar los planes de las relaciones institucionales y comerciales previstos en el proyecto de negocio.

Una inauguración sencilla y emotiva

Un gol simbólico de Ronaldinho, que marcó con su sonrisa habitual y sin mirar el balón en el momento del disparo, escenificó la inauguración de la oficina, en un acto sencillo y muy emotivo que se celebró en la sala principal de la nueva sede. Se proyectó un divertido vídeo en el que los jugadores del primer equipo saludaban a los neoyorquinos y estos, a su vez, daban la bienvenida al Barça a la ciudad de los rascacielos.

El acto estuvo encabezado por el presidente Bartomeu, acompañado del vicepresidente primero, Jordi Cardoner, y los vicepresidentes Jordi Mestre y Manel Arroyo, el mismo Ronaldinho y la jugadora del equipo de fútbol femenino, Line Røddik Hansen. Además del presidente del Barça, participaron con parlamentos propios el comisionado de la MLS, Don Garber, el embajador de Estados Unidos en España, James Costos, y Carmen Fariña, consejera del Departamento de Educación de la ciudad de Nueva York. El acto fue reducido, dadas las limitaciones de espacio de la oficina, pero contó con la presencia de los exjugadores del Barça Hristo Stoichkov y David Villa, el embajador de la LFP en Estados Unidos, Raúl González, y destacados catalanes residentes en Nueva York, como el prestigioso cardiólogo Valentí Fuster y el oncólogo Josep Baselga y el artista Santi Moix.

Bartomeu cerró el turno de palabras diciendo: “Hoy el Barça inicia una nueva era en la que se quiere proyectar en el mundo. La apertura de esta oficina en Nueva York es una decisión estratégica de esta Junta que no sólo persigue objetivos comerciales, sino también metas sociales y solidarias”. El presidente destacó: “El Barça tiene una gran relación con los Estados Unidos en el ámbito comercial, que nos une a grandes compañías del país, y la Fundación también tiene acuerdos con entidades tan relevantes como Unicef y la Gates Foundation en el terreno social y solidario. Queremos explicar al mundo lo que será el Barça y hacia dónde vamos: aspiramos a ser la institución deportiva más admirada, querida y global del planeta”. ■

Así es la oficina del Barça en Estados Unidos

Réplicas de los trofeos más emblemáticos, referencias a Barcelona y una gran alfombra de césped son algunos de los elementos de la sede corporativa del Club en Nueva York

La nueva sede del FC Barcelona en Nueva York es ya, desde su nacimiento, un espacio emblemático. Ocupa unos 250 metros cuadrados en la vigésima planta del número 250 de Park Avenue, una de las arterias principales de Manhattan, y está ubicada en un edificio muy conocido en la ciudad, donde tiene su sede también el Banco HSBC, a sólo tres islas del Waldorf Astoria, uno de los históricos hoteles de la metrópoli.

El edificio data de 1924 y fue proyectado por la firma de arquitectos Cross & Cross Architects. Se trata de un edificio de diseño clásico que se benefició de la construcción de la Grand Central Station, situada justo al lado, y por la que transitan más de 750.000 pasajeros al día. Durante muchos años se conoció como el edificio Postum.

La zona escogida para abrir la oficina azulgrana es el corazón de Manhattan, que está considerado el epicentro corporativo de Nueva York, y en este lugar tienen la sede algunas de las grandes ligas del deporte estadounidense, como la NFL (National Fútbol League) o la MLB (Major League Baseball). En esta área hay, también, los estudios principales de las grandes cadenas de televisión estadounidenses y globales.

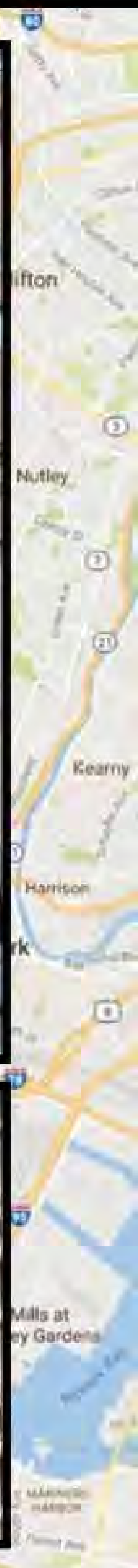
La oficina tiene amplias zonas de trabajo, salas de reunión y despachos y su decoración es cien por cien azulgrana. La estancia principal, pensada para la celebración de encuentros y pequeños actos, cuenta con un gran proyector y está presidida por unas réplicas de los trofeos de la Liga de Campeones, la Liga y la Copa del Rey. Como pavimento, una alfombra de césped artificial otorga al conjunto una clara referencia al fútbol, además de un ambiente especial.

Las menciones a Barcelona son constantes. En la entrada, una vista aérea de la ciudad con el *tifo* que el Camp Nou dedicó a Xavi Hernández, el jugador que más veces ha vestido la camiseta azulgrana, da la bienvenida a los visitantes, mientras que en la zona de trabajo una maqueta del Espai Barça traslada a la ciudad de los rascacielos el gran proyecto patrimonial del Club para los próximos años. ■

















250 m²

SUPERFICIE

Edificio

El edificio data de 1924 y fue proyectado por la firma de arquitectos Cross & Cross Architects. Es un edificio de diseño clásico que se benefició de la construcción de la Grand Central Station, situada justo al lado. Dotado con los mejores equipos de tecnología, seguridad y climatización.

UBICACIÓN

En el epicentro corporativo deportivo

La oficina se encuentra en el 250 de Park Avenue, en una zona considerada el epicentro corporativo de Nueva York. Es vecina de las sedes de la NFL (National Futbol League) y de la MBL (Major League Baseball).

Manhattan

DIRECCIÓN **OFICINA FCB**

250 DE PARK AVENUE, PLANTA 2ª

Central Park

Grand Central Station

Edificio Chrysler

Empire State

Jersey City

Puente de Brooklyn

Nueva York

Estatua de la Libertad

Brooklyn

TRANSPORTE

Perfectamente comunicada

La sede tiene como vecina la estación de trenes, la Grand Central Station, y a pocos metros, las líneas de metro 4, 5, 6, 7 y S, que garantizan rápidas conexiones con toda la ciudad.



UNA IMAGEN ICÓNICA

El Barça ilumina el Empire State

Los actos del Barça en Nueva York culminaron con una visita promocional de Ronaldinho en Niketown, también llenísimo de aficionados, y la iluminación del Empire State Building con los colores del Barça para conmemorar los diez años de la alianza con Unicef. El acto protocolario del encendido de luces del Empire State lo protagonizaron el vicepresidente primero Jordi Cardoner, Ronaldinho y Paloma Escudero, DirCom de Unicef, y fue el prolegómeno del momento en que el emblemático rascacielos tiñó su cima con los colores azulgrana.

Una imagen icónica que ha dado la vuelta al mundo y que ya formará parte de la historia del FC Barcelona, ligada a su apuesta decidida por la globalidad y también por los niños más vulnerables, que se demuestra con la alianza con Unicef.

El encendido de las luces tuvo lugar a las 19.30 horas de Nueva York, cuando empezaba a oscurecer. Los colores del Club se mantuvieron en la parte superior de la fachada hasta las 02.00 horas. Fueron casi siete horas que reconocieron al Club y a su Fundación su alianza con Unicef en su décimo aniversario. Así, se coronó de la mejor manera posible la llegada del Barça a Estados Unidos, y se amplificó la noticia de manera exponencial a nivel global con una imagen icónica.



Cardoner, Ronaldinho y Escudero, 'Dircom' de Unicef, en el acto de encendido de luces del Empire.



EL IMPACTO MEDIÁTICO

Repercusión de alcance mundial

El paso del Barça por Nueva York tuvo un gran eco mediático en el mundo. La noticia de la apertura de la oficina superó los 57 millones de impresiones en Twitter y los 31 millones en Facebook. Tanto el presidente Bartomeu como el vicepresidente Manel Arroyo atendieron a una representación de medios estadounidenses, entre los que había representantes de cabeceras de referencia como el *The New York Times*, *The Wall Street Journal* y las revistas *Time* y *Sports Illustrated*, además de las agencias internacionales Associated Press y Bloomberg y publicaciones del sector del negocio deportivo como *Sports Business Journal*. Bartomeu y Arroyo también hicieron entrevistas personalizadas en la CNN, Fox Radio o Telemundo.





Bartomeu y Arroyo, durante el encuentro con los medios. Abajo, Bartomeu, en la CNN.

GESTO DE BIENVENIDA



La bandera azulgrana, en el Waldorf

El izado de la bandera azulgrana en la fachada del emblemático hotel Waldorf Astoria, en el 301 de Park Avenue, simbolizó el gesto de bienvenida a la ciudad y fue, además, un momento emocionante. Los responsables del hotel consideraron la apertura de la oficina del Barça en Nueva York un evento merecedor de constar en su fachada principal.

ALMUERZO EN EL '21 CLUB'

Gran acogida de los empresarios americanos

El vicepresidente Manel Arroyo presidió un almuerzo privado con una cincuentena de representantes de grandes compañías estadounidenses en el 21 Club, uno de los restaurantes icónicos de Manhattan, que es también uno de los escenarios predilectos del mundo corporativo de la ciudad.

El 21 Club es conocido mundialmente porque en las escaleras de entrada están representadas las imágenes, con pequeñas figuras, de los mejores jockeys de la historia de la hípica estadounidense, y ese día lucieron las camisetas azulgrana.

Asistieron a la comida, entre otros, representantes de Morgan Stanley, Black Rock, CAA, Van Wagner, KPMG, Telefónica, Abertis, beIN Sports, Price Waterhouse and Coopers, Johnson & Johnson, RCA Records y Clyde & Co.

Esta puesta en escena tuvo un gran impacto entre los financieros, que se repartieron por las mesas con los nombres de Messi, Neymar, Suárez, Piqué, Iniesta y Busquets, con una sala presidida por un gran letrero con la inscripción *Barça Loves NY*. Era la primera vez en la historia del local que los jockeys del 21 Club cambiaban su imagen hípica para convertirse por unas horas en futbolistas del Barça.



Los jockeys del 21 Club vestidos con la camiseta del Barça, en la fachada del restaurante.



El vicepresidente Manel Arroyo, durante su parlamento ante los empresarios estadounidenses.

PLANES CON LA MLS



Bartomeu, con Don Garber.

Un futuro equipo femenino en la Liga americana

Bartomeu se encontró con Don Garber, comisionado de la MLS (Major League Soccer), para tratar diversas cuestiones relativas a la promoción del fútbol en Estados Unidos. El presidente, en una entrevista a Barça TV, reconoció que entre los objetivos está el de "crear un equipo de fútbol femenino que participe en la Liga de los Estados Unidos que nos ayude a promocionar el Club, y un equipo de fútbol sala".

ENCUENTRO CON LOS AFICIONADOS



Con la PB de Nueva York, en el Smithfield Hall

El Smithfield Hall fue el lugar escogido para que la delegación del FC Barcelona se encontrara con los aficionados de la Peña FC Barcelona New York City. En este espacio, también muy conocido por los aficionados al *soccer* de la ciudad, Bartomeu, Cardoner y Ronaldinho fueron recibidos por Jordi Getman, presidente de esta peña, acompañado por unos 150 de los miembros de esta agrupación.

REDES SOCIALES

Un liderazgo que busca la excelencia

Con más de 250 millones de seguidores, las redes sociales se han convertido en el vínculo más directo del seguidor azulgrana en todo el mundo

ALBERT ARIAS

Referente mundial en el césped tanto por sus jugadores como por su forma de jugar, el Barça digital mantiene su apuesta por la excelencia en una comunicación global que ya siguen, en las redes sociales del Club de forma habitual, más de 250 millones de personas en el mundo. Más allá de las vertiginosas cifras que aumentan de forma exponencial año tras año, el modelo digital azulgrana se ha consolidado explorando nuevos formatos, apostando decididamente por los contenidos multimedia como eje de un relato que quiere transmitir la emoción por el Barça en cualquier lugar del mundo y a cualquier hora. Las redes sociales son el reflejo de un club que está abierto las 24 horas del día con el fin de adaptarse a unos seguidores que muestran su pasión desde Tokio a Nueva York pasando por Shanghái, Yakarta, Doha o Río de Janeiro.

Para darse cuenta de la dimensión Barça en las redes sociales, un dato: cada día de la pasada temporada los diferentes perfiles sociales del Club llenaban un Camp Nou de nuevos fans. Justamente en la temporada 2015/16, y coincidiendo con el 10º aniversario del canal de YouTube, el vídeo se ha consolidado dentro de la oferta de contenidos digitales del Barça, adecuándose a nuevos formatos, como los vídeos 360º de Facebook o plataformas como Twitter o Instagram. Además, se ha reforzado el sello único en el relato digital del Club y la vocación polideportiva con la apertura de perfiles en Instagram para cada sección profesional, y se ha consolidado la presencia del Barça Femenino con nuevos perfiles en Facebook, Twitter e Instagram.

El valor de la marca Barça

Las increíbles cifras pero, sobre todo, la complicidad de los aficionados con los contenidos, han convertido al Barça en el club deportivo con más valor en la red. Las interacciones de los seguidores han situado el valor digital del Club por encima de los 25 millones de dólares según un artículo de la revista *Forbes*.

El Barça es el club con más valor en la red gracias a las interacciones de los seguidores

La presencia en 15 redes sociales y 52 perfiles diferentes hacen del Barça un club único también en el universo digital. Los seguidores pueden acceder al abanico de contenidos Barça en más de diez idiomas (catalán, castellano, inglés, francés, árabe, japonés, indonesio, portugués, chino y turco) para saber cómo ha sido la última maravilla del tridente del primer equipo o los mejores goles de la cantera del último fin de semana. Precisamente los jugadores del primer equipo, auténticos ídolos planetarios, actúan de embajadores de una marca Barça que en las redes sociales mantiene la calidad, la constancia y la personalización como rasgos diferenciales ante unos retos de futuro cada vez más móviles y que busca la complicidad y participación del fan.

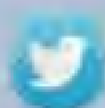
Más directo, más vídeo, más Barça

El relato azulgrana en las redes trata de complacer a un público deseoso de entretenerse con unos contenidos Barça cada vez más inmediatos y consumidos en dispositivos móviles. Justamente la evolución de la tecnología y de los hábitos de consumo de los contenidos plantea el reto de llegar a la nueva generación de fans azulgrana. En este sentido, junto con los contenidos en directo de los partidos y eventos clave en la actualidad del Club, se ha ampliado la oferta con los nuevos perfiles de Snapchat o los contenidos en Instagram Stories. ■

Total seguidores redes sociales
255,9 M

Facebook
123.733.433

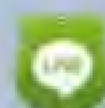

FC Barcelona 94.387.993	**FCB Balonmano** 4.342.252
FCB Peñas 5.583.554	**FCB Baloncesto** 2.434.615
FCB Hockey 4.950.340	**Fundación FC Barcelona** 2.167.043
Barça TV 4.614.495	**FCB Masia** 791.301
FCB Futsal 4.388.059	**FCB Femenino** 73.781

Twitter
38.025.519


@FC Barcelona 18.615.005	**@FCBhandbol** 257.380
@FCBarcelona_es 10.219.754	**@FCBarcelona_fra** 247.551
@FCBarcelona_cat 5.317.281	**@FCBhoquei** 187.607
@FCBarcelona_ara 585.914	**@FCBarcelona_jp** 180.042
@FCBmasia 465.134	**@FCBpenyes** 149.603
@FCBbasket 464.807	**@FCBtv** 148.312
@FCBarcelona_br 393.530	**@FCBarcelona_tr** 75.828
@FCBfutbolsala 301.333	**@FCBEscola** 68.631
@FCBarcelona_id 286.939	**@FCBFemeni** 60.868

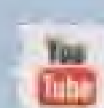
Instagram
40.533.956


FC Barcelona 40.099.590	**FCBFutsal** 59.597
FCBbasket 222.224	**FCBhandbol** 42.851
FCBFemeni 73.870	**FCBHoquei** 35.824

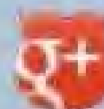
Line
30.714.481


ENG	15.872.014
JAP	4.341.360
ESP	5.449.200
CAT	322.873
BR	394.212
ID	4.334.822

OTROS

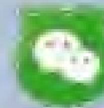
YouTube **2.529.202**


Snapchat **589.041**

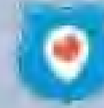

Google+ **8.952.398**


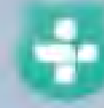
Tencent **3.904.234**


Sina **5.453.074**


WeChat **26.213**


Vine **482.400**


Periscope **243.255**


Tune In **140.800**


Pinterest **16.400**


Web FC Barcelona

Visitas 153,7 M

Páginas vistas 332,7 M

Usuarios únicos 76,8 M

9 idiomas: Catalán, castellano, inglés, chino, francés, árabe, japonés, indonesio y portugués

Jugadores 'influencers'

Messi 87 M (Facebook), 53 M (Instagram)

Neymar 59 M (Facebook), 24 M (Twitter), 59 M (Instagram)

Iniesta 26 M (Facebook), 13 M (Twitter), 13 M (Instagram)

El liderazgo digital en cinco datos

Multicanal

→ El Barça ya está presente en más de 15 redes sociales, donde tiene 50 perfiles oficiales diferentes. Twitter (18) y Facebook (10) lideran la oferta azulgrana por delante de Instagram (6) y Line (6).

100 millones

→ Con más de 94 millones, el Barça está cerca de convertirse en el primer club deportivo del mundo al superar los 100 millones de fans en Facebook.

Instagram

→ Es la red social que más crece en número de fans. El perfil global @FCBarcelona ha doblado la cifra de seguidores respecto a la temporada anterior, pasando de 20 a 40 millones.

490 millones

→ El liderazgo del Barça en las redes va acompañado de los jugadores del primer equipo, que entre todos suman 490 millones de seguidores en los canales sociales. Son los principales embajadores de la marca Barça en el mundo 2.0.

App

→ La aplicación oficial del FC Barcelona, enmarcada como referente de la estrategia *mobile* del Club, suma más de cinco millones de descargas. Los contenidos están disponibles en catalán, castellano, inglés, francés y portugués.

Ceremonia de apertura de la FCBEscola Charlotte, segunda escuela del FC Barcelona en los Estados Unidos.

FCBESCOLA

La globalización del estilo Barça

Con las de Charlotte y Moscú, el Club cuenta con 21 FCBEscoles internacionales y está previsto que abra tres en Ottawa, Bombay y Lagos en las próximas semanas

MARTA CAMPDERRÓS

La FCBEscola pone en marcha una nueva temporada en continuo crecimiento y más expansión internacional que nunca. Este septiembre se han inaugurado dos nuevas sedes en Moscú, Rusia; y en Charlotte, la segunda escuela en Estados Unidos tras la inaugurada en Florida en 2014. Con estas nuevas aperturas, el FC Barcelona dispone de 21 FCBEscoles de fútbol abiertas en todo el mundo.

La escuela de Moscú es la primera que se abre en Rusia, país organizador del próximo Mundial de fútbol del año 2018. La de Charlotte es una nueva apuesta del Club tras el éxito de los campus organizados en Estados Unidos en los dos últimos veranos, en los que hubo más de 600 inscritos. Esta gran participación impulsó también la creación de la peña barcelonista de Charlotte, un espacio de convivencia entre los alumnos y las familias de la FCBEscola y otros aficionados azulgrana de Carolina del Norte.

La inauguración de la FCBEscola en Charlotte vino precedida de la apertura en septiembre de la nueva oficina del FC Barcelona en los Estados Unidos. Con motivo de esta inauguración, el presidente Josep Maria Bartomeu explicó que "uno de los objetivos es establecer una amplia red de FCBEscoles que ayude a proyectar la marcha del Club en todo el territorio". Unos centros que, según el presidente del Barça, tendrán "un papel clave en la expansión del Club" y que, tal como añadió, "ayudarán a acercarnos, aún más, a nuestros aficionados".

Durante el curso 2015/16 se inauguraron nuevas FCBEscoles en Qingdao, China; y en las ciudades de Edmonton y Toronto, en Canadá. Durante las próximas semanas, el Club abrirá tres más en Ottawa, Canadá; Bombay, India; y Lagos, Nigeria. El proyecto, que no para de crecer, es uno de los activos más importantes del Club, que quiere transmitir la metodología y el ADN Barça en todo el mundo.

Cambio en la dirección

El estilo y la marca Barça siguen educando a miles de niños y niñas de los cinco continentes a través de la FCBEscola, que inicia el curso con nuevo director. Franc Carbó, hasta ahora responsable del Área Comercial y de Marketing y Project Manager de la FCBEscola en América y Oriente Medio, asume el cargo al frente del proyecto. Toma el relevo del exjugador de balonmano azulgrana Òscar Grau, que fue nombrado por la Junta Directiva en septiembre nuevo director ejecutivo del Club, después de una temporada liderando la globalización de las escuelas del Barça.



PACO LARGO

La primera escuela de baloncesto abre las puertas con Nacho Solozabal como asesor deportivo.

Primeras cestas en la FCBEscola Basket

La puesta en marcha de la primera FCBEscola polideportiva del Club fue todo un éxito, con una participación de más de 150 niños y niñas de entre 4 y 11 años. "El fútbol es nuestro hermano mayor, pero el éxito de la incursión del baloncesto nos permitirá abrir en los próximos años las escuelas de balonmano, fútbol sala y hockey patines, que es nuestro próximo reto", reconoce Paco Díaz, responsable de las escuelas polideportivas.

Díaz lidera un equipo formado por 12 técnicos entre entrenadores y un fisioterapeuta que trabajan diariamente en el Centro Deportivo Municipal Arístides Maillol. Pero también cuenta con los sabios consejos de los exjugadores azulgrana Nacho Solozabal, que actúa con las funciones de asesor deportivo, y Roberto Dueñas, colaborador.

Solozabal reconoce tener unas "buenísimas sensaciones" tras dirigir sus primeros entrenamientos, especialmente por la gran cantidad de niños y niñas que toman parte en ellos. "Es el proyecto que se quería, con chicos con ganas de jugar y de aprender. El objetivo es que alguno de ellos llegue a lo más alto y que ahora lo pasen bien jugando al baloncesto", asegura Solozabal.

Según Roberto Dueñas, "esta FCBEscola Basket es un sueño hecho realidad, ya que ahora tenemos una escuela como las que hace muchos años funcionan con el fútbol". Dueñas, uno de los encargados de "poner en marcha la maquinaria de esta escuela", afirma que "era una de las patas que faltaban en un club tan grande como el Barça". ■

Islandia, sede del primer campus de fútbol femenino



GERMÁN PARGA - FCB

Gudjohnsen, entrenador de lujo en el campus femenino de la FCBEscola en Islandia.

Un total de 295 mujeres de entre 10 y 16 años participaron en el primer campus de fútbol femenino de la FCBEscola, organizado del 8 al 13 de julio en la ciudad islandesa de Valsvöllur, cerca de Reikiavik. El principal impulsor de esta propuesta deportiva fue el exjugador del FC Barcelona Eidur Gudjohnsen, capitán de la selección de Islandia en la Eurocopa de Francia, y que además se implicó como técnico en esta edición inaugural. "Me encantaría que este campus femenino se repitiera en el futuro", declaró el exfutbolista.

Este primer campus femenino del Barça fue organizado junto con un *partner* local, la empresa KA EHF, y en colaboración con el Consulado General de Islandia en Barcelona. La metodología de trabajo fue supervisada por cinco entrenadores de la FCBEscola, y jugadores de la selección nacional islandesa también participaron como técnicos.

El vicepresidente del FC Barcelona y responsable del Área Institucional y Relaciones Internacionales, Carles Vilarrubí, asistió al acto de clausura del campus y destacó: "No hay ningún lugar mejor para desarrollar un proyecto que Islandia, por su tradición en el mundo del fútbol femenino y por su proximidad con el Club a través de Gudjohnsen".

El nuevo presidente de Islandia, Gudni Th Jóhannesson, explicó: "Soy un seguidor del FC Barcelona desde que fui al Camp Nou con mis padres para ver jugar a Rexach y Simonsen. Ha sido un honor la oportunidad de tener a Barcelona en nuestro país". ■



PACO LARGO

Franc Carbó, nuevo director de la FCEscola.



La FCBEscola es uno de los activos más importantes del Club para arraigar barcelonismo en un territorio"

ENTREVISTA

"Queremos ser la cantera de La Masia"

Franc Carbó toma el relevo de Òscar Grau al frente de la FCBEscola con el reto de continuar la expansión mundial de las escuelas del Barça

M. CAMPDERRÓS / A. MONTENEGRO

La FCBEscola empieza la temporada 2016/17 con un nuevo director. "Apasionado del fútbol y culé de toda la vida", así se define Franc Carbó, que debuta al frente de una de las áreas con más proyección del Club sustituyendo a Òscar Grau, nombrado director ejecutivo del FC Barcelona este septiembre.

La enhorabuena por el nuevo cargo.
Estoy muy ilusionado, la FCBEscola es un proyecto estimulante. Empecé a colaborar en 2010, como técnico de la escuela de Barcelona y los clínicos. Poco a poco, la escuela fue creciendo y, siguiendo con la filosofía de expansión del Club, entré a reforzar el Área Comercial y de Marketing, cargo que he desarrollado hasta el momento, junto con el de Project Manager de la FCBEscola para América y Oriente Medio. Estoy muy agradecido al Club por la confianza después de todos estos años.

¿Cuál es la hoja de ruta de la FCBEscola?
Con Òscar (Grau) en la dirección, conseguimos que la FCBEscola fuera conocida en todo el mundo. El reto es seguir la línea de crecimiento de los últimos meses, en los que hemos conseguido tener 24 escuelas internacionales y más de 160 campus en los cinco continentes. El objetivo es que el máximo número posible de campus se conviertan en escuela, y así podamos transmitir la metodología de trabajo y el ADN Barça durante todo el año. Y no sólo enseñar aspectos técnicos del fútbol, sino también dar una formación integral a nuestros alumnos a través de los valores del Barça y del deporte.

La FCBEscola es mucho más que fútbol...
Es uno de los activos más importantes que tiene el Club para arraigar barcelonismo en un territorio. La FCBEscola de Egipto, por ejemplo, celebra su 10º aniversario este año y no hay ningún otro club en el mundo que haya tenido una escuela abierta tantos años en un país extranjero. Esta capacidad de arraigar y generar el sentimiento culé y el *más que un club* es uno de los grandes objetivos que tenemos en el ámbito internacional. Actualmente nos interesan mercados como Estados Unidos y China, pero esperamos aportar nuestro granito de barcelonismo a cualquier parte del planeta.

Este año tres jugadores de la FCBEscola han pasado a los equipos del fútbol formativo amateur del Barça, mientras que una chica lo ha hecho en el Alevín-Benjamín femenino de nueva creación.

Estamos muy orgullosos. Además, también dos de nuestros entrenadores han pasado a formar parte del formativo. La FCBEscola quiere nutrir a los equipos más pequeños del fútbol base del Club, queremos ser la cantera de la Masia. Con Sergi Samper conseguimos que un jugador que comenzó en la FCBEscola pasara por todas las categorías de la Masia, hasta que finalmente debutó con el primer equipo. El fútbol base del Barça está lleno de niños y técnicos que se iniciaron en la FCBEscola. Queremos que esta sea la tónica constante. ■

LA ÚNICA FORMA DE GANAR ES HACERLO JUNTOS.

Cada gota de sudor, cada esprint, cada remate, cada gol cuenta. La lucha por llegar a la cumbre del fútbol se gana en cada partido y queremos llegar a ésta contigo. **Tú también formas parte del equipo. Ven y podrás decir #YOESTUVEAHÍ**



DEPORTIVO
15 / 10



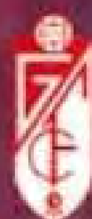
R. MADRID
3-4 / 12



MAN. CITY
19 / 10



BORUSSIA M.
6 / 12



GRANADA
29-30 / 10



ESPANYOL
17-18 / 12



MÁLAGA
19-20 / 11

TICKETS
FCBARCELONA.ES



SI ERES ABONADO Y NO PUEDES VENIR, ¡LIBERA!



EL ORGULLO AZULGRANA

Ellos son el futuro, el orgullo del Club. Son los 268 jugadores y las 65 jugadoras de los 20 equipos de la cantera azulgrana, de todas las categorías, que forman la base y que comparten un mismo sueño: triunfar en el Barça.

FOTOGRAFÍA: SANTIAGO GARCÉS - FCB





Xavi Simons, capitán del Infantil A, habla durante la presentación del fútbol formativo celebrada el 22 de septiembre en la Ciudad Deportiva Joan Gamper.

La Masia mira hacia Catalunya

La sanción FIFA ha hecho que el Barça se adapte a las nuevas reglas del juego y ahora el 85,6% de los jugadores del fútbol formativo amateur son catalanes

MARIO RUIZ

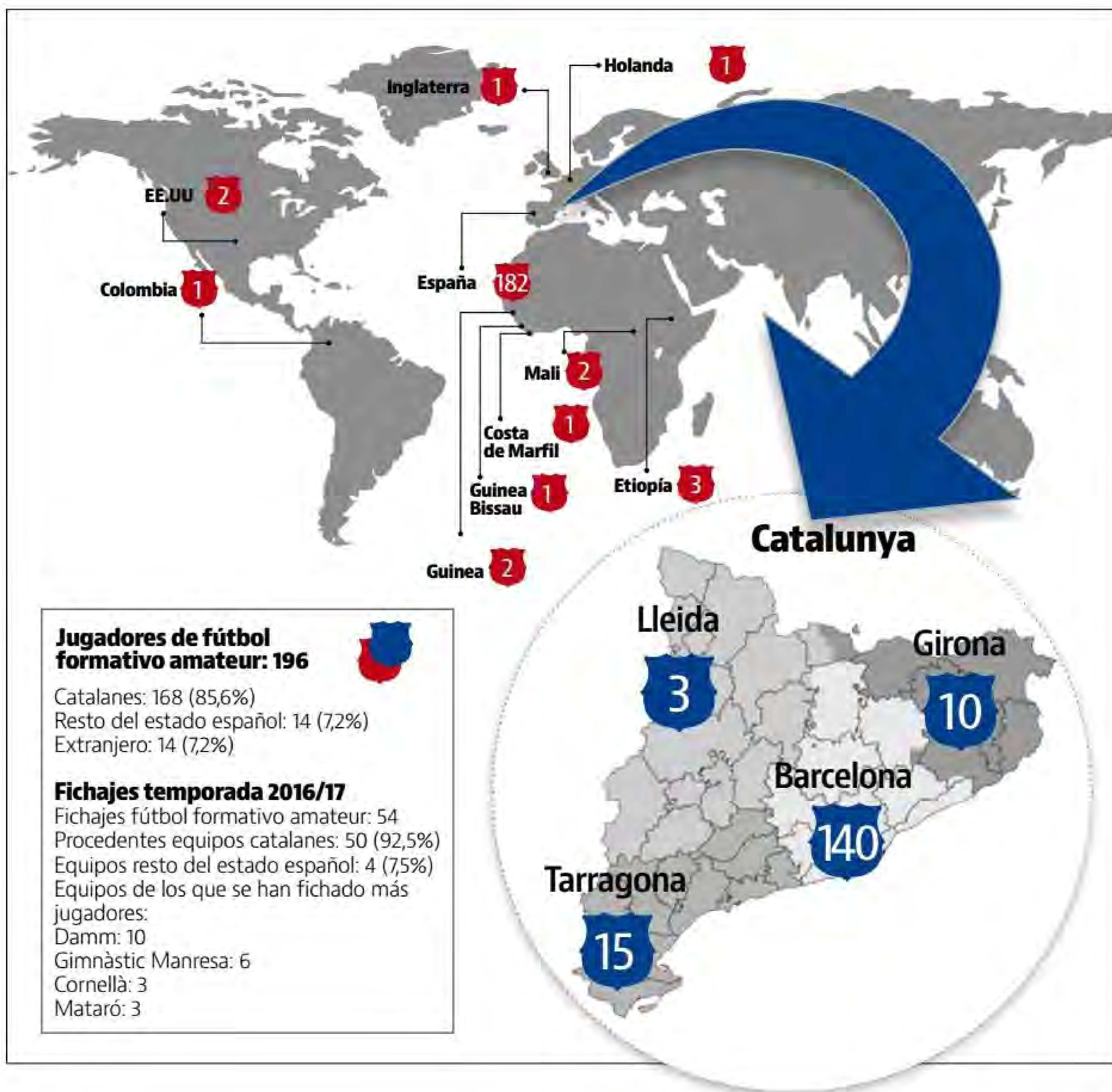
La Masia se adapta a las nuevas reglas del juego. La sanción FIFA y las normativas que rigen la formación de los jugadores menores en el ámbito internacional han provocado un cambio de visión geográfica futbolística respecto al pasado. El Barça vuelve a mirar hacia Catalunya. La secretaría técnica del fútbol formativo amateur ha centrado este verano el foco en la detección e incorporación de talentos del territorio catalán, en primer lugar, y del Estado, cuando el jugador que se busca no se encuentra en casa. Este volver a mirar hacia el mercado catalán ha provocado que el 85,6% de los 196 jugadores que forman el fútbol formativo amateur azulgrana sean catalanes y que el 92,5% de los 54 futbolistas que han fichado esta temporada por el Barça también sean de casa.

Sólo cuatro jugadores han llegado del resto del Estado: Fermín López (Betis) y Jorge Alastuey (Zaragoza) refuerzan el Infantil A, Juan Larios (Sevilla) juega en el Infantil B, y Alejandro Domínguez (CD Lourdes de Tudela) forma parte del Alevín C. Los tres primeros viven en la Masia, mientras que el más pequeño lo hace en régimen de media pensión.

Sólo cuatro fichajes de esta temporada llegan procedentes del resto del estado español

"En Catalunya es donde están los mejores jugadores de España y donde los equipos trabajan mejor", asegura Jordi Roura, director técnico del fútbol formativo amateur. A partir de aquí, se trata de aprovechar el efecto del escudo para captar "a ese jugador que tiene la singularidad Barça" y, en su caso, complementar la plantilla con "la pieza especial de fuera" que pueda marcar la diferencia.

Este verano las piezas especiales de fuera que faltaban han sido sólo cuatro. La red de captación en Catalunya se centra, sobre todo, en el fútbol 7. "Cuanto más pequeños los podamos fichar, mejor, porque se adaptan antes a nuestro estilo. Intentamos hacer plantillas sólidas ya en el fútbol 7 para dar muy bien el paso al fútbol 11", concluye Roura. ■



Sube la apuesta por el fútbol femenino

JORDI CLOS

Un año después de la profesionalización del primer equipo, el fútbol femenino azulgrana continúa con su crecimiento exponencial. El cuadro que entrena Xavi Llorens ha incrementado la calidad y la competitividad de la plantilla con el objetivo de mantenerse como referencia en las competiciones domésticas y progresar en Europa, donde ya impone respeto. Pero la apuesta del Club por el fútbol femenino viene de la raíz. Mira hacia abajo. Así, esta temporada el Barça tendrá cuatro equipos formativos de chicas, uno más que la 2015/16, y suma un total de 65 jóvenes. El último en llegar fue el Alevín-Benjamín, un conjunto dirigido por Pablo Álvarez y Jaume Comellas, formado por 14 niñas de entre 11 y 8 años. Son las más pequeñas de la casa y se unen a una estructura de base sostenida desde hace tiempo por el filial, el Juvenil-Cadete y el Infantil-Alevín. Los tres equipos se proclamaron campeones de Liga en la campaña anterior sin que ninguno de ellos conociera la derrota. Mención aparte merece el Femenino B, primer clasificado de su grupo de la Segunda División, un hecho insólito. No es extraño, pues, que el nivel de la cantera se vea también reflejado en las convocatorias de las selecciones inferiores española y catalana, siempre repletas de barcelonistas. El presente del fútbol femenino culé es ilusionante, el futuro se vislumbra esplendoroso.

LAS PLANTILLAS DEL FÚTBOL FORMATIVO

FÚTBOL PROFESIONAL

Barça B

FOTOS: **VÍCTOR SALGADO - FCB**

Porteros
JOSE AURELIO SUÁREZ GARCÍA
ALBERTO VARO LARA
Defensas
ADRIÀ VILANOVA CHAURE
RODRIGO TARÍN HIGÓN
MARLON SANTOS DA SILVA BARBOSA
FRANCISCO JOSÉ PERDOMO BORGES 'NILI'
SERGI PALENCIA HURTADO
JOSÉ ANTONIO MARTÍNEZ GIL
BORJA LÓPEZ MENÉNDEZ
MOISÉS DELGADO LÓPEZ
Centrocampistas
FERRAN SARSANEDAS SOLER
JOSEP MIQUEL FERNÁNDEZ CODINA
RAFAEL GIMÉNEZ JARQUE 'FALI'
GERARD GUMBAU GARRIGA
WILFRID JAURES KAPTOUM
SEUNGHO PAIK
CARLES ALEÑÁ CASTILLO
ÀLEX CARBONELL VALLÈS
Delanteros
IGNACIO ABELEDO RUTE
JESÚS ALFARO LIGERO
MARC CARDONA ROVIRA
ALBERTO PEREA CORREOSO
DANIEL ROMERA ANDÚJAR
RAFAEL MUJICA GARCÍA



Entrenador
GERARD LÓPEZ

Segundo entrenador
FELIP ORTIZ
FRANCESC XAVIER GARCIA PIMIENTA

Juvenil A



Porteros
JOSEP MARTÍNEZ RIERA
SERGI PUIG HERRERA
IGNACIO PEÑA SOTORRES
Defensas
OSCAR MINGUEZA GARCIA
ERIC MONTES ARCE
DANIEL MORER CABRERA
GUILLEM JAIME SERRANO
GYEOLHEE JANG
ADRIÁN GUERRERO AGUILAR
MARC CUCURELLA SASETA
JUAN BRANDÁRIZ MOVILLA
Centrocampistas
ORIOL BUSQUETS MAS
ALEX COLLADO GUTIÉRREZ
BRAIMA FATI
DANIEL GARCÍA BELTRÁN
ALASANA MANNEH
ORIOL REY ERENAS
RAMON RODRÍGUEZ JIMÉNEZ 'MONCHU'
JORDI TUR ANTONIO
Delanteros
DAVID ALFONSO ROMERO
JORDI MBOULA QUERALT
CARLES PÉREZ SAYOL
JÉRÉMY BRUNO GUILLEMENOT
SEUNGWOO LEE
ABEL RUIZ ORTEGA
Entrenador
GABRI GARCIA
Segundo entrenador
ALBERT JORQUERA

Juvenil B



Porteros
ADRIÀ ROJAS PRAT
JUAN MANUEL SANTAELLA CÁCERES
ALEX BAÑO CANELLAS
Defensas
ARNAU COMAS FEIXAS
MARTÍ VILÀ GARCIA
RICARD SÁNCHEZ SENDRA
GUILLERMO ROMAGUERA CAÑELLAS
JOAN ROJAS CASTILLA
MATEU JAUME MOREY BAUZA
JUAN MIRANDA GONZÁLEZ
ALEJANDRO MARCOS LÓPEZ
IMAD EL KABBOU
Centrocampistas
LUCAS DE VEGA LIMA
ALEJANDRO ORELLANA GÓMEZ
ENRIC MARTÍNEZ ROS
SERGIO GÓMEZ MARTÍN
LABINOT KABASHI
RICARD PUIG MARTÍ
Delanteros
JAVIER ENRIQUE DELGADO SAVEIRO
EDGAR FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ
JUAN FERNÁNDEZ SANTIAGO
PAU MARTÍNEZ GIL
DZHOSHKUN TEMENUZHKOV MIHAYLOV
Entrenador
QUIQUE ÁLVAREZ
Segundo entrenador
DENIS SILVA

FÚTBOL AMATEUR

Cadete A



Porteros
ARNAU TENAS UREÑA
PAU RUIZ DELLÀ
LLUÍS TARRÉS CAMPOS
Defensas
PAU BARÓ ESTUDIS
ANTONIO BIOQUE PIQUER
IVÁN BRAVO CASTRO
ERIC GARCÍA MARTRET
JOSEP JAUME BUSQUETS
SERGI ROSANAS MORAGAS
ANTONIO SOLA VILLALBA
Centrocampistas
SERGI ALTIMIRA CLAVELL
ADRIÁN BERNABÉ GARCÍA
ANTONIO JESÚS CANTÓN ROMÁN
NIL FABREGÓ COLL
NICOLÁS GONZÁLEZ IGLESIAS
ÁLVARO SANZ CATALÁN
Delanteros
ADRIÀ ALTIMIRA REYNALDOS
JAUME CUÉLLAR MENDOZA
KONRAD DE LA FUENTE
ANSSUMANE FATI
PABLO MORENO TABOADA
NILS MORTIMER MORENO
MIGUEL ÁNGEL RAMÍREZ
CARRASCO
Entrenador
FRANC ARTIGA
Segundo entrenador
XAVIER FRANQUESA

Cadete B



Porteros
POL TRISTÁN JIMÉNEZ
RAMÓN VILA ROVIRA
Defensas
MARC ALEGRE LOZANO
MARC FAJA GAROLERA
BIEL FARRÉS DEL CASTILLO
IVÁN JULIÁN JAREÑO
JOEL LÓPEZ SALGUERO
IKER GONZÁLEZ ORTEGA
JOSÉ MARTÍNEZ MARSA
ASCHALEW SANMARTÍ SALA
Centrocampistas
MARC DOMÉNECH COSTA
MORIBA KOUROUMA
KOUROUMA
ROBERT NAVARRO MUÑOZ
ÀLEX RICO PICÓ
MARTÍ RIERA CAMPS
Delanteros
HAITAM ABAIDA EL ACHHAB
ZACARÍAS GHAILAN
ABDELKADER
MARC LACHÈVRE GUERRA
RAÚL MARTÍNEZ MORENO
ANWAR MEDIERO RODRÍGUEZ
JAUME JARDÍ POYATO
Entrenador
CRISTIAN CATENA
Segundo entrenador
CARLOS LÓPEZ

Infantil A



Porteros
RAÚL GARCÍA-ALEJO PIZARRO
ARNAU RAFUS AULET
PAU SÁNCHEZ BLANCO
Defensas
TEO-SURAFEL BERNARDO
GALLEGO
MIQUEL JUANOLA PASTORET
ROGER MARTÍNEZ VALLS
DAVID NAVARRO EXPÓSITO
ARNAU OLLÉ ROVIRA
ALEJANDRO BALDE MARTÍNEZ
ERIC CAÑETE RODRÍGUEZ
ERIC VEGA CLEMENTE
Centrocampistas
MARC CASADO TORRAS
JORGE ALASTUEY APERTE
MARC PELAZ RUIZ
PAU SERVAT VIDAL
XAVI QUENTIN SHAY SIMONS
ARNAU SOLÀ MATEU
ALEJANDRO GINARD PÉREZ
Delanteros
MAMADOU SAIDOU BAH
LEONARDO DOS REIS MUÑOZ
ARNAU FARNÓS OLIVÉ
FERMÍN LÓPEZ MARÍN
VÍCTOR MUÑOZ VILLANUEVA
Entrenador
CARLES MARTÍNEZ
Segundo entrenador
ISAAC GARCÍA

Infantil B



Porteros
ÁLVARO ALJAMA RAMOS
ALAIN MARTÍNEZ SALAMANCA
ÓSCAR MEDINA GONZÁLEZ
Defensas
DIEGO ALMEIDA CRESPO
MARC JURADO GÓMEZ
ARNAU CASAS ARCAS
GERARD GONZÁLEZ CARRERAS
JUAN LARIOS LÓPEZ
PABLO LÓPEZ SÁNCHEZ-
MIGALLÓN
POL MUÑOZ MILÀ
ÁLEX VALLE GÓMEZ
Centrocampistas
ALEIX GARRIDO CAÑIZARES
ADRIÀ CAPDEVILA PUIGMAL
ANTONIO CARAVACA COMINO
NICOLÁS FUENTES BISART
PABLO PÁEZ GAVIRA
JAN OLIVERAS CODINA
Delanteros
NARCÍS COSTA HRYTSUK
ADRIÁN BOBI CHAMORRO
IKER ALMENA HORCAJO
POL MELET AGUILAR
XAVIER PLANAS CRUZ
PAU SEGARRA GONZÁLEZ
Entrenador
SERGI MILÀ
Segundo entrenador
ÓSCAR HERNÁNDEZ

Alevín A



Porteros
ARNAU MECA MARTÍN
ÁLEX SANS VILLALBA
Defensas
RAÚL ALARCÓN LUQUE
DENIS CRUCES ALEJO
LLORENÇ FERRES PARÉS
GERARD HERNÁNDEZ ROMERO
MARC BOMBARDÓ POYATO
Centrocampistas
TOMÁS CARBONELL DEL RÍO
JAN MOLINA VILASECA
PAU ORTEGA HUBET
PAU FERNÁNDEZ VILLENA
Delanteros
IKER BRAVO SOLANILLA
SOLO TRAORE
Entrenador
MARC SERRA
Segundo entrenador
PAU MORAL

Alevín B



Porteros
ÁLEX HONRUBIA STEFAN
GERARD MORENO GARCÍA
Defensas
JOAN ANAYA BALAÑÀ
FERRAN BAQUÉ AMAT
IKER CÓRDOBA SÁNCHEZ
Centrocampistas
ELLIOT CERVELLERA QUESADA
ARNAU GRACIA FERNÁNDEZ
JAUME JOVÉ CANTAL
POL VILA VILÀ
Delanteros
JOEL ROCA CASALS
KEVIN LAMAR KELLEY
BILAL ACHHIBA
ROGER COLL BASCUÑANA
Entrenador
JORDI PÉREZ
Segundo entrenador
ALEJANDRO URRESTARAZU

Alevín C



Porteros
GERARD CURTO SOLÉ
ÁLVARO PARTAL RODRÍGUEZ
Defensas
DERECK LÓPEZ BONIGNO
JON PILAR DEL HOYO
HÉCTOR FORT GARCÍA
ALEXIS OLMEDO VILA
Centrocampistas
ALEJANDRO DOMÍNGUEZ GÁRATE
PAU PRIM COMA
JAN QUILES ALBEROLA
ARNAU PRADAS ALGABA
Delanteros
POL MONTESINOS SOLÉ
MARC GUIU PAZ
Entrenador
DAVID SÁNCHEZ DOMENE
Segundo entrenador
DAVID SÁNCHEZ

Alevín D



Porteros
ERIK CAVA ALEJANDRO
MARC RODRÍGUEZ MALARET
Defensas
ETHAN TORREIRA HIDALGO
MATEO SCIANCALEPORE
Centrocampistas
SANTOS ORTIZ MARTÍN
NICOLÁS EXPÓSITO QUESADA
AGUSTÍN GUTIÉRREZ DESTEFANI
IVÁN RODRÍGUEZ MARTOS
POL TRIGUEROS PUERTA
Delanteros
TOMÁS NOEL MARQUES MORERA
DANIEL TRISTAN GUDJOHNSEN
Entrenador
DANIEL HORCAS
Segundo entrenador
QUIM RAMON

Benjamín A



Porteros
JAN LAGUNAS MASFERRER
JORDI SAUCEDO AVAROMA
Defensas
POL DURÁN SARMIENTO
DAVID ESCODA SUÑER
DAVID SÁEZ ROBLEDILLO
RUBÉN NÚÑEZ GONZÁLEZ
POL CARAMÉS POU
Centrocampistas
LANDRY CEPHAS FARRÉ MIRÓ
XAVI CASTELLANOS PARDO
MARC BERNAL CASAS
Delanteros
JOEL ESCALER CALLEJAS
LAMINE YAMAL NASRAQUI EBANA
Entrenador
JORDI FONT
Segundo entrenador
JOSEP OLIVÉ

Benjamín B



Porteros
HUGO DURÁN MARTÍNEZ
ADRIANO TORRES SIMÓN
Defensas
DENIS CRUZ CORPAS
ÓSCAR MASQUÉ GARCÍA
ALBERT NAVARRO ESCRICHE
GERARD RUIZ DE VALDIVIA MARTÍNEZ
ÓSCAR TORRELLAS DURÁN
Centrocampistas
QUIM JUNYENT CASANOVA
XAVIER ESPART FONT
GIBERT JORDANA CÁMARA
Delanteros
IKER DEL MORAL RUZAFA
LASSANA DIABY KABA
Entrenador
ÓSCAR JORQUERA
Segundo entrenador
XAVI PASCUAL

Benjamín C



Porteros
PAU FERNÁNDEZ CASTELLANO
IKER RODRÍGUEZ MEDINA
Defensas
ROGER CASADEVALL SÁNCHEZ
CARLOS GUTIERREZ AVILÉS
MADOU MURCIA MARTORI
Centrocampistas
JAUME GABRIEL AGHAYEDO FONT
ALBERT VICENS GASOL
ARNAU MARÉS REBOZO
Delanteros
BROULAYE CHAMA SACKO
DAVID JUAN GONZÁLEZ
SAMAKO NOMOKO
Entrenador
ALBERT PUIG
Segundo entrenador
POL PLANAS

Benjamín D



Porteros
ALBERTO MONTES DOMÍNGUEZ
XAVI VICO VIDAL
Defensas
BOUSSOU WILLIAM GOORE FOUA
DAVID JULIÀ RODENES
GERARD FRAGOSO GUERRERO
Centrocampistas
ADAM ARGEMÍ SÁNCHEZ
ALEXIS GÓMEZ VILLANUEVA
ROGER MARTÍ GARRETA
Delanteros
ÁLEX CANTARELL RULL
NUHU FOFANA DIARASSOUBA
NIL NAVEIRA LÓPEZ
Entrenador
ALEXIS PINTÓ
Segundo entrenador
ADRIÀ DÍAZ

Prebenjamín



Porteros
BIEL FERNÁNDEZ VALLÉS
JUAN CARLOS MELGAR ARTEAGA
Defensas
RAÚL EXPÓSITO MARTÍNEZ
ETHAN RODRÍGUEZ DOMINGO
JORDI PESQUER BARRAQUER
Centrocampistas
PAU BERGES GARCÍA
MARC GARCÍA BURGOS
POL VILA BELMONTE
ISMAEL ZIANI LÓPEZ
MICHAL ZUK
Delanteros
AISHER FONT LÓPEZ
Entrenador
JUANAN GIL
Segundo entrenador
DANIEL SEGOVIA

FÚTBOL FEMENINO AMATEUR

Femenino B



Porteras
GEMMA FONT OLIVERAS
ITZIAR MARTÍNEZ FERNÁNDEZ
Defensas
ARIADNA ROVIROLA MORENO
ONA BATLLE PASCUAL
LAIA ALEIXANDRI LÓPEZ
BERTA PUJADAS BOIX
HELENA BARCO SOLES
Centrocampistas
SOFIA HERNÁNDEZ PAZMIÑO
TERESA MORATÓ ARMENGOL
PAULA FERNÁNDEZ JIMÉNEZ
LAURA MARTINEZ GONZÁLEZ
SARA ISMAEL SALGUEDA
ANNA TORRODÀ RICARD
Delanteras
CARLA ARMENGOL JOANIQUET
LAIA MUÑOZ DANON
MARIA BENEDICTO OLIVA
CANDELA ANDÚJAR JIMÉNEZ
Entrenador
ZOE GARCÍA
Segundo entrenador
CARLES BLANCO MARTÍN

Juvenil-cadete



Porteras
PAULA ARGELAGUET LÓPEZ
MARTA PASTRANA PEREZ
Defensas
CARLA ACEITUNO QUESADA
NÚRIA MARÍN LOSADA
LAIA CODINA PANEDAS
JORDINA COLOMER VILA
ALBA FERNANDEZ ALMAGRO
JANA FERNANDEZ VELASCO
Centrocampistas
LAURA LINARES LORENZO
MARTA VILARRASA PALACIOS
ANDREA MARTINEZ MONTEAGUDO
ABRIL MORENO PIÑOL
BRUNA VILAMALA COSTA
NEREA SÁNCHEZ ESTEBAN
Delanteras
CLAUDIA PINA MEDINA
AINOA MARÍN MARTÍN
VIKTORIA ADRIANOVA YAVOROVA
Entrenador
DAVID FORCAT CANO
Segundo entrenador
CARLES LLANES ROMERO

Infantil-alevín



Porteras
LAURA CORONADO VILCHEZ
MERITXELL FONT OLIVERAS
Defensas
LAIA TRANCOSO JORDAN
VALERIA TRUJILLO
ALICIA INFANTE ROSA
ESTHER LABORDE CABANILLAS
CLARA RODRÍGUEZ GARCÍA
NAIARA TARIFA MONTIEL
Centrocampistas
ARIADNA MINGUEZA GARCIA
BERTA GRAS LLOYS
LAURA LOBO PAREDES
LAURA MAS SERRA
CLÀUDIA GÓMEZ MARTÍNEZ
Delanteras
MARIA PEÑA CHECA
NATÀLIA MUÑOZ FERNÁNDEZ
LAURA MAS BERENGUER
Entrenador
JUAN CARLOS HIDALGO
Segundo entrenador
MIQUEL LLORENS

Alevín-benjamín



Porteras
PATRÍCIA PÉREZ LLUÍS
MAR PÉREZ HARO
Defensas
MAR RODRÍGUEZ FURRO
DANIELA ARBIOL PEÑA
XÈNIA PUIGCERCÓS TIERNO
MARTINA GONZÁLEZ CANO
Centrocampistas
NINA POU VELA
AINA ROMÁN ORTEGA
MARIA CALDERÓN CASTILLO
LAIA MARTRET JIMÉNEZ
EMMA GÁLVEZ MENÉNDEZ
Delanteras
CLÀUDIA GARCÍA GIMÉNEZ
YLÉNIA ESTRELLA GIL
TATIANA PÉREZ LLUÍS
Entrenador
PABLO ÁLVAREZ
Segundo entrenador
JAUME COMELLAS

Continúa el despegue

3 CURIOSIDADES de las nuevas incorporaciones

Andrea Giménez

1- Con **177 cm**, es la futbolista más alta del equipo.

2- Jugó en el **Barça** en categoría **Infantil-Alevín**, entre los años 2009 y 2011.

3- Disputó el **derbi en la Ciudad Deportiva** del curso pasado y, a pesar de encajar siete goles, fue una de las visitantes destacadas.

PORTERA
LUGAR DE NACIMIENTO **Barcelona**
FECHA DE NACIMIENTO **03/09/1997**
PESO **65 Kg**
ALTURA **177 cm**

Leila Ouahabi

1- De padres originarios de **Tanger** (Marruecos), nació en **Mataró** en 1993.

2- Jugó en el **Barça** entre el 2006 y el 2013, antes de adquirir experiencia fuera de casa en **Valencia**.

3- Su **dorsal** preferido es el ***15***; lo lució en Valencia y lo conserva en su regreso al Club.

DEFENSA
LUGAR DE NACIMIENTO **Mataró**
FECHA DE NACIMIENTO **22/03/1993**
PESO **58 Kg**
ALTURA **171 cm**

Andressa Alves

1- Sus **referentes futbolísticos** son sus compatriotas Neymar Jr y Marta Vieira da Silva.

2- Tuvo una actuación destacada en los **Juegos Olímpicos**, y disputó todos los partidos con Brasil (cuarto clasificado).

3- La temporada pasada, mientras jugaba en **Montpellier**, presenció dos partidos del Barça en la Ciudad Deportiva.

DELANTERA
LUGAR DE NACIMIENTO **São Paulo (Brasil)**
FECHA DE NACIMIENTO **10/11/1992**
PESO **58 Kg**
ALTURA **168 cm**

JORDI CLOS

El Femenino inicia un nuevo proyecto –el segundo desde que se convirtió en equipo profesional– con mucha ambición y la máxima ilusión. Para alcanzar los logros que se escaparon en el curso anterior, se ha confeccionado una plantilla amplia, equilibrada y de calidad.

Estos son los seis refuerzos: Andressa Alves (Montpellier), Line Røddik Hansen (Olympique de Lyon), Leila Ouahabi (Valencia), Ange Koko N'Guessan (Anorthosis), Andrea Giménez (Español) y Aitana Bonmatí (Femenino B). Ahora ha llegado la hora de conocerlas un poco mejor.



Line Røddik Hansen

1- Ha disputado más de 100 partidos con la **selección danesa**.

2- El **balonmano** es una de sus grandes pasiones y lo practicó, pero finalmente se decantó por el fútbol.

3- Coincidió con Jenni Hermoso en el **Tyresö sueco** el año 2013.

DEFENSA
LUGAR DE NACIMIENTO **Copenhague (Dinamarca)**
FECHA DE NACIMIENTO **31/08/1988**
PESO **60 Kg** – ALTURA **174 cm**

Ange Koko N'Guessan

1- Fue la autora de uno de los mejores goles del **Mundial 2015** con Costa de Marfil contra Noruega.

2- Destaca por su corta estatura (151 cm), lo que la hace una **jugadora veloz y desequilibrante**.

3- Disputó la previa de la anterior edición de la Liga de Campeones con el Gyntra lituano.

DELANTERA
LUGAR DE NACIMIENTO **Abidjan (Costa de Marfil)**
FECHA DE NACIMIENTO **18/11/1990**
PESO **45 Kg** - ALTURA **151 cm**

Aitana Bonmatí

1- **Capitaneó** al filial hacia su primer título de la Segunda División, en la campaña anterior.

2- Debuta oficialmente con el primer equipo en la **Copa de la Reina** 2015/16.

3- Es internacional en todas las categorías inferiores y recientemente **subcampeona de Europa sub-19.**

DELANTERA
LUGAR DE NACIMIENTO **Sant Pere de Ribes (Barcelona)**
FECHA DE NACIMIENTO **18/01/1998**
PESO **54 Kg** – ALTURA **161 cm**



Nueva etapa, nuevas ilusiones

FEDERACIÓN CATALANA DE BALONCESTO

El Barça Lassa se proclamó campeón de la Liga Catalana ganando al ICL Manresa por 63-77. Es el primer título de la era Bartzokas.

Bajo las órdenes del griego Bartzokas, el Barça Lassa inicia un nuevo proyecto en el que los jóvenes también deben ser una parte importante

DAVID R. JOVER

Comienza una nueva etapa en el baloncesto azulgrana. Después de un par de temporadas sin alcanzar los objetivos establecidos, el Club decidió abrir un periodo de reflexión para analizar con cuidado y calma cuál era la mejor opción para el futuro próximo de la sección. Rodrigo de la Fuente, capitán de la primera Euroliga, será el nuevo mánager deportivo y hombre fuerte en los despachos –sustituyendo a Joan Creus–, mientras que Georgios Bartzokas toma el relevo de Xavi Pascual en el banquillo después de ocho temporadas.

El entrenador griego, que proviene del Lokomotiv ruso, tiene una larga y dilatada experiencia en Europa y ganó la Euroliga de 2013 con el Oympiacos. Él será el líder del equipo en el banquillo en esta nueva etapa. Las líneas maestras del proyecto pasan por tres grandes objetivos: ser la mejor escuela de jóvenes de Europa, jugar un baloncesto atractivo y ganar cuantos más títulos mejor.

En cuanto a la gente de la casa, De la Fuente explica que "el gran reto es que cada vez haya más jugadores jóvenes, formados en la Masia, en el primer equipo. También sabemos que no es un proceso de un día para otro, sino de un trabajo a medio plazo. Tenemos las herramientas necesarias en el baloncesto base y los jugadores que se lo ganen tendrán la oportunidad de demostrar su valía", explica el que fue jugador del Barça durante diez temporadas (1997/98-2006/07).

> "El reto es que cada vez haya más jugadores jóvenes formados en la Masia en el primer equipo"
> RODRIGO DE LA FUENTE

Para poder llevar a cabo todos estos deseos, el Club ha incorporado a tres jugadores de primer nivel europeo como son el base norteamericano –con pasaporte montenegrino– Tyrese Rice, el finlandés Petteri Koponen, que actualmente se recupera de un accidente de tráfico en el cual se vio involucrado mientras viajaba en un taxi, y el valenciano Víctor Claver, que vuelve a la Liga Endesa tras cuatro temporadas entre la NBA y Rusia.

Rice, el líder

¿Qué pueden aportar todos ellos? De la Fuente, el hombre encargado de fichar, les describe uno a uno con detalle: "Son tres jugadores fundamentales en el nuevo proyecto que empezamos. Rice (29 años, 185 cm) es uno de los mejores bases de Europa, nadie lo duda, y tiene liderazgo dentro de la pista, es la prolongación del entrenador. Además, es un gran anotador cuando el equipo lo necesita gracias a su habilidad y dominio del balón. También sabe hacer jugar al equipo y dar buenos pases, lo tiene todo para triunfar y hacer feliz a la gente del Palau", explica el mánager deportivo azulgrana.

Respecto a Petteri Koponen (28 años, 194 cm), el nuevo mánager deportivo de la sección dice que "es un jugador muy activo y muy versátil, que actúa de base, tiene buen tiro y también se puede complementar con









Diferentes imágenes de este inicio de curso 2016/17 con la Supercopa Endesa, que se escapó en la final, y también de un partido a puerta cerrada en el Palau.

Rice en la pista como ya hacían en el Khimki ruso". "Sin embargo, ahora mismo, sólo queremos que se recupere pronto del accidente y no dudamos que volverá más fuerte que antes con la ayuda de todos", desea De la Fuente para el nuevo dorsal 25.

El tercer refuerzo es Víctor Claver (28 años, 207 cm), que puede alternar el 3 y el 4. "Teníamos claro que queríamos a un jugador como Víctor. Reúne lo que buscábamos: gran jugador de equipo, importante dentro del vestuario haciendo grupo con los compañeros, puede ocupar dos posiciones a un gran nivel y, además, tiene el plus de conocer al entrenador, con el que ha jugado a un gran nivel. Sabe dónde ha llegado, qué es el Barça Lassa y tiene hambre de títulos", explica De la Fuente.

Sin Supercopa

La mejor manera de comenzar una nueva era es siempre ganando, aunque no siempre es posible. Los automatismos de un equipo se consiguen con los entrenamientos y con los partidos y la Supercopa Endesa llegó muy pronto para todos. Si bien es cierto que en las semifinales los azulgranas hicieron un partido sensacional contra el Real Madrid (93-99), en la final no pudieron superar al Herbalife Gran Canaria (79-59), que ganó su primera Supercopa de la historia. Lo mejor de este nuevo proyecto, sin duda, está por llegar. ■



Bartzokas, a la izquierda, con Christos Pappas, Josep María Berrocal y Pino Grdovic.

Un equipo técnico muy renovado y con un viejo conocido

Y es que el entrenador Bartzokas contará con un *staff* técnico con muchas caras nuevas. Tendrá a tres entrenadores ayudantes: Christos Pappas, técnico de su confianza y que ha trabajado con Bartzokas en diferentes equipos; Josep Maria Berrocal, que vuelve a la que fue su casa, y Pino Grdovic, un entrenador que tendrá un papel relevante con los jóvenes valores. Xavier Valle será el nuevo médico del equipo, mientras que Carles Martín y David Urbano son los nuevos fisioterapeutas. Se mantienen en la estructura Xavier Montolio (delegado), Jairo Vázquez (preparador físico), Eduard Torrent (masajista) y Miquel Font (encargado de material).

ENTREVISTA

"He venido a hacer grandes cosas"

Bartzokas, campeón de Europa con el Olympiacos y último verdugo del Barça en la Euroliga, es el nuevo técnico del Barça Lassa

CARLES CASCANTE

Georgios Bartzokas es el nuevo comandante de la nave azulgrana. Una nave, la del FC Barcelona Lassa, que las dos últimas temporadas sólo ha podido levantar títulos menores. Este verano la directiva decidió hacer un cambio de rumbo y apostar por un nuevo entrenador.

Usted fue campeón de Europa con el Olympiacos en el año 2013. ¿Tiene ganas de volver a serlo con el Barça cuatro años después?

"Por eso estamos aquí. Para tratar de hacer grandes cosas. No será fácil igualar lo que hizo el último entrenador, de quien tengo muy buen concepto. Intentaremos jugar un baloncesto atractivo y luchar por todos los títulos posibles. Tenemos una buena plantilla y la directiva ha hecho un gran esfuerzo trayendo a jugadores como Rice, para ponerle un ejemplo".

Hablando de este nuevo baloncesto que se podrá ver en el Palau, ¿cuáles son las bases de su filosofía?

"El Barça debe jugar un baloncesto atractivo, en mi opinión. Tratar de ganar títulos y formar jugadores. En eso estoy completamente de acuerdo con el planteamiento que me explicó el Club cuando fiché. En cuanto al juego, nos gusta hacer un baloncesto vistoso, en el que la defensa es obviamente importante, como también lo es tener una buena transición ofensiva, con buena circulación de balón".

"Espero poder estar tanto tiempo como Xavi Pascual en el banquillo, sería una buena señal"

Ya hace unos meses que trabaja en el Club. ¿Cómo lo ve?

"Estamos hablando del mejor club polideportivo del planeta. Es una gran institución. Todo el mundo trabaja en la misma dirección, la de ayudar al Club a ganar el máximo número de títulos, tanto en el fútbol como en las secciones. Es un gran orgullo estar aquí".

¿Se nota la presión en un club como el Barça?

"¿Presión? Como ya comenté en mi presentación oficial, ya sabía dónde iba. Claro que hay presión en un club de esta entidad, que siempre quiere luchar por ganarlo todo, pero siempre digo que la presión más importante es la que se pone uno mismo".

Antes ha hablado de Xavi Pascual. ¿Se ve tantas temporadas como él en el banquillo azulgrana?

"Xavi Pascual es historia viva de este equipo. Siempre he respetado mucho su trabajo. Ha ganado grandes títulos en el ámbito estatal y europeo y ha dejado un sello difícil de superar. Espero poder estar tanto tiempo como él en este banquillo. Será una buena señal".

Acabamos hablando de Juan Carlos Navarro. ¿Cómo ve al capitán azulgrana?

"Es una leyenda. Lo sufrí cada vez que me enfrentaba al Barça y ahora espero que sea un líder, tanto en la pista como en el vestuario. Es un honor poder entrenar a un jugador que hace tantas temporadas que está en el mismo club. Tiene un talento impresionante y lee los partidos como pocos".



Bartzokas, dando instrucciones en un tiempo muerto. A la derecha, con el presidente

VÍCTOR SALGADO - FCB


FCB



Una amistad forjada en Moscú

Rice, Koponen y Claver jugaron juntos durante tres meses en el Khimki ruso en 2015 y mantienen una gran relación

DAVID R. JOVER

Una de las ventajas que puede tener Georgios Bartzokas con sus tres nuevos refuerzos es que los conoce muy bien: ha tenido que sufrir a Rice y Koponen como rivales en diferentes ocasiones y, en el caso de Claver, lo ha entrenado durante una temporada entera. Pero lo que pocos saben o imaginan es que los tres han jugado juntos y que, además, son grandes amigos. Hay que remontarse un año y medio atrás, en marzo de 2015, cuando Víctor Claver fichó por el Khimki ruso tras abandonar la NBA, para entender y encontrar la primera huella de la amistad que los une a los tres.

En esos tres meses en Moscú, en los que Claver jugó un total de 20 partidos en la VTB League porque en la Eurocup no pudo ser inscrito, forjó una gran amistad con el genial Tyrese Rice y el anotador Petteri Koponen, que jugaron juntos dos temporadas juntos en el Khimki. A pesar de tener diferentes personalidades, se entendían muy bien y era muy común que cenaran juntos y también que compartieran momentos de ocio en la fría capital rusa.

Siempre conectados

Cuando Claver decidió que la mejor opción para él era marcharse a Krasnodar a jugar con el Lokomotiv, la amistad no se resintió. Siempre que jugaban en contra en competición doméstica encontraban un hueco para verse, ya que las nuevas tecnologías ya les permitían saber unos de otros en el día a día. Ahora, en Barcelona, el destino ha querido que esta amistad, forjada en Moscú, se traslade al Palau Blaugrana y que los tres estén entrenados por Georgios Bartzokas, que los conoce muy bien.

"Desde el primer día me ayudó en Moscú, se fija mucho en los detalles. Es un gran líder. Un jugador así es un gusto para el equipo, se implica mucho. A título personal, fuera de la pista, pasábamos tiempo juntos, le encanta ver partidos, también de la NBA, siempre lo quieres tener en tu equipo", comenta Claver sobre Tyrese Rice.

"Claver puede hacer de todo en pista"

¿Y qué piensa Rice de Claver? "Los tres meses en el Khimki con Claver fueron una gran experiencia. Es una gran persona, un gran jugador, y empezamos a ser grandes amigos fuera de pista, lo que nos ayudó después en los partidos. Volver a jugar con él, ahora en Barcelona, es especial para mí", explica el base norteamericano del Barça Lassa.

El tercero de la ecuación es Petteri Koponen. ¿Qué piensa Víctor Claver del finlandés de sonrisa contagiosa? "Es un anotador puro, tiene grandes porcentajes. Es un *killer*, cuando lo dejas, y como persona es tranquilo, sencillo, familiar..., suma mucho en el vestuario".



La adaptación para los tres refuerzos azulgrana será más fácil gracias a su amistad

"Volver a jugar con Claver, ahora en Barcelona, es especial para mí", reconoce Tyrese Rice

Finalmente, el internacional por Finlandia también dice lo suyo sobre Claver: "Fueron tres grandes meses. Él volvía de la NBA e inmediatamente nos ayudó en la VTB League, porque en la Eurocup no podía jugar. Puede hacer muchas cosas en la pista: puede defender fuerte y duro, lanzar, penetrar..., y todo lo que el entrenador le pida. La temporada pasada hizo un gran año en el Lokomotiv y será un gran año con él", resume Koponen.

Para los grandes jugadores los procesos de adaptación a las nuevas ciudades y clubes no suelen ser muy largos, pero en el caso de Rice, Koponen y Claver gran parte de esta

EL CAPITÁN


VÍCTOR SALGADO - FCB

Navarro, un clásico para los medios informativos después de cada partido.

"Estoy ilusionado con el nuevo proyecto"

Navarro afronta la decimoctava temporada en el primer equipo con la ilusión intacta y con ganas de ayudar a Georgios Bartzokas

CARLES CASCANTE

Tiene 36 años y ha batido todos los récords, pero no ha perdido las ganas ni la fuerza del líder que es. Juan Carlos Navarro afronta su decimoctava temporada en el primer equipo de baloncesto del Club con una ilusión renovada para un nuevo proyecto de la mano de Georgios Bartzokas.

Se ha hablado mucho del estado físico de Navarro las últimas temporadas, pero lo cierto es que el capitán barcelonista está muy motivado y superando registros día tras día. La Bomba explica cuál es el secreto de su longevidad deportiva: "La verdad es que ya me encontré muy bien la temporada anterior. Sigo una dieta más estricta y me cuido. Es lo que tengo que hacer si quiero seguir más tiempo en el mundo del baloncesto".

Después de 18 temporadas en el primer equipo, Juan Carlos Navarro es ya casi una marca asociada al FC Barcelona. El capitán se siente muy afortunado: "Me gusta jugar en mi casa, en mi club, con la gente que quiero y que me quiere. Aquí he crecido y me he hecho como profesional. No mucha gente tiene ese privilegio".

En cuanto a la nueva metodología de



Claver y Navarro, con la medalla de bronce de los Juegos Olímpicos.

trabajo y al rol que el *11* del Barça Lassa jugará esta temporada en el equipo, Navarro cree que quizás todavía es un poco temprano, pero está convencido de que se pueden hacer "grandes cosas": "Es pronto todavía, pero sí es cierto que la metodología de trabajo es diferente respecto a la anterior. Quizás este aire nuevo nos puede ir bien de cara a cambiar ciertos automatismos que ahora son diferentes. Personalmente estoy ilusionado y estamos contentos con Bartzokas".

"A mí me gusta jugar, como a todos. Pero soy consciente de que tengo 36 años y que no estoy como años atrás. El caso es que me encuentro bien y siempre que el entrenador me reclame para entrar en la pista estaré listo para aportar todo lo que pueda. Me siento todavía un jugador importante", concluye el capitán del FC Barcelona Lassa. ■



Carles Vich fue el 'speaker' en el Gamper y lo volverá a ser en la Jornada del Socio Solidario. Aleix Santacana asume esta función durante el resto de partidos.

Carles Vich y Aleix Santacana, nuevos 'speakers' del Camp Nou

Asumen el relevo de una leyenda barcelonista, el estimado Manel Vich

El Camp Nou ha empezado la temporada 2016/17 añorando a la que ha sido su voz en los últimos 60 años, el *speaker* Manel Vich, que nos dejó a finales de la pasada temporada. En homenaje a su excepcional figura y trayectoria, su hijo Carlos Vich ejerció de *speaker* del Estadio en el Trofeo Joan Gamper, y lo volverá a hacer en otro de los partidos especiales de la temporada, en la Jornada del Socio Solidario. En estos últimos años Carles Vich ya había ejercido de *speaker* en alguna ocasión muy puntual, en sustitución de su padre.

"El gesto del Club conmigo ha sido maravilloso, como los muchos que tuvo con mi padre en vida"

CARLES VICH

"Estoy muy agradecido a todas las personas del Club que han confiado en mí. Manel Vich es irrepetible"

ALEIX SANTACANA

En el resto de partidos, las funciones de *speaker* del Camp Nou las ha asumido Aleix Santacana, que debutó en el partido de vuelta de la Supercopa de España. Aleix es un profesional adscrito al Departamento de Comunicación del Club, que las últimas temporadas ha sido responsable de prensa del primer equipo de baloncesto. Aleix Santacana había trabajado en Barça TV y tiene una larga experiencia en la transmisión de partidos y en la elaboración de cuñas publicitarias. Fue durante cinco temporadas el *speaker* del Palau Blaugrana e hizo de *speaker* del Camp Nou en un partido en octubre de 2008, para cubrir la ausencia de Manel Vich, ante la coincidencia con la boda de su hijo. ■

El Palau Blaugrana acogerá la Asamblea

El sábado 29 de octubre se celebrará la Asamblea General de Socios en el Palau Blaugrana, un día que coincidirá con el partido de Liga entre el Barça y el Granada

ALBERT RIUDEUBÀS

Un total de 4.494 socios están convocados a la Asamblea General Ordinaria de Socios Compromisarios del FC Barcelona, que tendrá lugar el próximo sábado 29 de octubre por la mañana en el Palau Blaugrana.

Esta será la primera Asamblea a la que podrán asistir los nuevos 3.570 socios compromisarios elegidos por sorteo en el mes de junio, durante un período de dos años. El resto de miembros que completan actualmente la Asamblea de Socios del Club son los 857 socios de más antigüedad, los 30 presidentes de las Federaciones Territoriales de Peñas, los 21 miembros de la Junta Directiva, los siete expresidentes del Club y los miembros de las comisiones Económica, de Disciplina y de Control y Transparencia.

La Asamblea General de Socios es el órgano supremo de gobierno del Club, y los acuerdos que tome serán vinculantes para todos los socios y la Junta Directiva, según queda reflejado en los Estatutos del FC Barcelona.

Además del informe del presidente y del secretario deportivo, entre los puntos del orden del día de la Asamblea también figura la información y aprobación del ejercicio económico del 2015/16 y el presupuesto del 2016/17 y la ratificación, en su caso, de la gestión de la Junta Directiva y de los contratos establecidos con Qatar y Nike. Otros puntos de la Asamblea serán los informes del síndico de los socios y de la Comisión de Control y Transparencia, así como las propuestas presentadas por los socios y el turno de intervenciones final.

Jornadas informativas

Pocos días antes de la Asamblea, al igual que en los últimos años, desde la Oficina de Atención al Barcelonismo (OAB) organizarán unas reuniones informativas para facilitar a los socios compromisarios interesados una detallada información de los temas del orden del día y dar respuesta a todas las dudas que se puedan plantear.

En la carta de convocatoria de la Asamblea se informará de estas sesiones que se celebrarán en el Auditori 1899 y se incluirá un correo electrónico del Club, donde los socios que lo deseen deberán enviar su solicitud para asistir a estas jornadas informativas.

Facilidad de aparcamiento

Este año, la Asamblea General de Socios se celebrará en el Palau Blaugrana y el Club facilitará aparcamiento a aquellos compromisarios que asistan a la Asamblea con su vehículo. ■



GERMÁN PARGA - FCB

El Palau Blaugrana acogió la Asamblea de Socios Compromisarios de 2013.

Invitaciones para el Barça-Granada

En esta ocasión, el día de la Asamblea coincide con el partido de Liga que el FC Barcelona y el Granada celebrarán en el Camp Nou a partir de las 20.45 horas. Como una deferencia por parte del Club, los socios compromisarios presentes en la Asamblea tendrán la posibilidad de disponer de dos invitaciones para este partido, que los interesados deberán solicitar en el momento que formalicen su acreditación a la Asamblea.

Programa de la jornada

Sábado 29 de octubre en el Palau Blaugrana, a partir de las 10.30 horas, en la primera convocatoria, y a las 11, en la segunda.

ORDEN DEL DÍA

1) Informe del presidente.
2) Informe y aprovación de la liquidación del ejercicio económico correspondiente a la temporada 2015/16.
3) Informe y aprobación del presupuesto del ejercicio económico correspondiente a la temporada 2016/17.
4) Informe del secretario técnico.
5) Ratificar, en su caso, el acuerdo de la prórroga del contrato con Qatar.
6) Ratificar, en su caso, el acuerdo de la ampliación del contrato con Nike.
7) Ratificar, en su caso, la gestión de la Junta Directiva.
8) Propuestas de socios de acuerdo con lo establecido en el artículo 20.11 de los Estatutos.
9) Informe de la Comisión de Control y Transparencia.
10) Informe del síndico de los socios.
11) Turno abierto de intervenciones.

SESIONES INFORMATIVAS

Las sesiones informativas previas se celebrarán los días 25 y/o 27 de octubre en el Auditori 1899 del Camp Nou.

Máster en gestión deportiva con el sello Barça y Cruyff

El Barça y el Johan Cruyff Institute lanzan un máster en 'Football Business' que comenzará en mayo de 2017 y tendrá una duración de ocho meses

VANESSA FORNS

El Barça y Johan Cruyff van de la mano en solidaridad, y ahora también han iniciado una acción conjunta para sumar esfuerzos para educar a los deportistas al nivel más alto. El Club y el Johan Cruyff Institute han firmado un acuerdo de colaboración que incluye, entre otras iniciativas conjuntas, la creación y el lanzamiento de un máster en *Football Business* dentro de la plataforma FCB Universitas.



Josep Maria Bartomeu, Jordi Cruyff y Jordi Monés rubricaron el acuerdo en el Camp Nou.

El acuerdo se presentó el 22 de septiembre en el Camp Nou y contó con la presencia de Josep Maria Bartomeu, presidente del FC Barcelona, Jordi Cruyff, miembro de la junta directiva del Johan Cruyff Institute, y Jordi Monés, directivo del FC Barcelona y comisionado de la FCB Universitas.

El *FC Barcelona Master in Football Business by Johan Cruyff Institute* nace con la ambición de ser el único programa en administración y dirección del fútbol, a partir de la gran experiencia educativa del Johan Cruyff Institute y del modelo de gestión del FC Barcelona, reconocido en el ámbito mundial. Comenzará en mayo de 2017 y tendrá una duración de ocho meses. Se impartirá en una primera etapa en inglés en Barcelona, y más adelante será ofrecido también en español y en versión *online*, para responder a la demanda internacional que generan las dos instituciones.

"Estamos de enhorabuena", reconoció el presidente Bartomeu, "ya que unimos la gran experiencia educativa del Johan Cruyff Institute y el modelo de gestión del Barça para impulsar proyectos comunes en el ámbito del fomento, generación y difusión del conocimiento en el ámbito deportivo". Este acuerdo, explicó el dirigente, "se incluye dentro de la plataforma de la FCB Universitas, uno de los principales proyectos de nuestro Plan Estratégico, por el cual estamos desarrollando alianzas estratégicas con las principales instituciones académicas y de investigación en todo el mundo en diferentes ámbitos de conocimiento en el mundo del deporte. Además, este acuerdo lleva implícito un valor añadido, el recuerdo y el tributo a Johan Cruyff y su visión del deporte y de su gestión".

Jordi Cruyff, por su parte, se mostró muy satisfecho de que una de las prioridades de su padre, la educación de los deportistas, tenga impulso con iniciativas como esta. "Hacer honor a un legado significa celebrar los recuerdos y mejorar los ideales de los que estuvieron antes que nosotros. El *FC Barcelona Master in Football Business by Johan Cruyff Institute* es un tributo a la visión que tenía mi padre del fútbol y de la vida. Un tributo a la visión que siempre podemos ser mejores".

> **"Unimos la gran experiencia educativa del Johan Cruyff Institute y el modelo de gestión del Barça"**
> JOSEP MARIA BARTOMEU

> **"Con este máster trasladamos su filosofía sobre el fútbol fuera del terreno de juego"**
> JORDI CRUYFF

El hecho de que Cruyff y el Barça sigan unidos más allá del legado futbolístico tiene todo el sentido, según Jordi Cruyff. "Como jugador y como entrenador, su relación con el FC Barcelona cambió el fútbol en el campo para siempre. Y con este máster trasladamos su filosofía sobre el fútbol fuera del terreno de juego; es la culminación del fútbol total, la concepción de la administración y la dirección del fútbol desde una mejor perspectiva. Se trata de cambiar la forma en que hacemos las cosas. Y, sobre todo, de formar la próxima generación de líderes en la administración del fútbol".

Jordi Monés, comisionado de la FCB Universitas, declara: "El conocimiento y la experiencia que genera el Club, y la colaboración con entidades como la Johan Cruyff Institute, permitirán desarrollar programas formativos, organizar foros de debate en todo el mundo, y todo ello beneficiará al Club en su tarea diaria". ■



Una atractiva programación de viajes para animar a los socios y aficionados.



VÍCTOR SALGADO - FCB
FCBDesplaçaments ya trasladó a 2.700 aficionados en la final de Copa.

Seguir al Barça con mejores precios y servicios

Socios, peñistas y aficionados disponen de una atractiva propuesta de viajes con muchas ventajas y beneficios para los más fieles

ALBERT RIUDEUBÀS

FCBDesplaçaments nace esta temporada con la voluntad de fomentar los viajes de los socios, peñistas y aficionados del FC Barcelona, con una programación más ambiciosa en la oferta de sus viajes, para conseguir atraer y animar a la afición a viajar en los desplazamientos del equipo.

En un acto celebrado en el Auditori 1899, FCBDesplaçaments presentó a un numeroso grupo de socios habituales en los viajes del Club las características y ventajas de la nueva propuesta. En esta misión de fomentar los viajes de los aficionados, los principales objetivos que guían los programas de desplazamientos son los de adaptar las ofertas a todo tipo de presupuestos, ofrecer un máximo nivel de calidad y dar un servicio de atención personalizada por personal del Club a lo largo de todo el desplazamiento.

Las ofertas de FCBDesplaçaments están enfocadas a buscar en todo momento el máximo beneficio y comodidad para el socio y se distinguen, entre otras características, por tener precios subvencionados para socios y peñistas, para garantizar las salidas y las entradas a los partidos, excepto en las finales, para ofrecer aparcamiento en el Camp Nou durante el desplazamiento, traslado a los estadios, packs de animación barcelonista o asistencia de personal de Club, entre otras ventajas y servicios.

Plan de fidelización FCBDesplaçaments

Una de las principales novedades que presenta esta propuesta es la implantación de un plan de fidelización FCBDesplaçaments+ dirigido a premiar a los seguidores que viajan con el Club.

Cada vez que se viaje con FCBDesplaçaments, los socios podrán ir acumulando puntos que se podrán canjear en próximos viajes. Para conseguir los primeros FCBPunts, sólo hay que darse de alta en el programa de fidelización a través de la web www.fcbdesplacaments.cat. Los titulares de FCBDesplaçamens+ también contarán con una serie de beneficios adicionales y de valor añadido en clave azulgrana.

La final de Copa ante el Sevilla de la temporada pasada en Madrid fue el primer gran reto de FCBDesplaçaments, en el que se dispusieron cuatro trenes AVE y 18 autocares que trasladaron a un total de 2.700 aficionados. La logística funcionó a la perfección y tanto los socios como los aficionados desplazados coincidieron en valorar de manera muy positiva la operativa. ■

Características diferenciales

- Salidas garantizadas.
- Precios subvencionados para socios y peñistas.
- Entradas garantizadas en todos los partidos, excepto las finales.
- Plan de fidelización (FCBPunts).
- Diferentes tipos de precios y categorías de transporte y alojamiento.
- Ventajas exclusivas en clave azulgrana.
- Traslado al Estadio con prioridad de parking.
- Asistencia al lugar de destino para información turística y reservas.
- Acompañamiento por personal del Club.
- Packs de animación barcelonista.
- Aparcamiento en el Camp Nou durante el desplazamiento.

Beneficios FCBDesplaçaments+

- FCBPunts a canjear en viajes.
- Servicios de mejor categoría en desplazamientos.
- Prioridad en listas de espera.
- Participación en sorteos especiales del Club.
- Paquete de invitaciones para el Museo.
- Acceso puntual al Antepalco del Camp Nou.
- Visitas privadas al Estadio en previas de partido.
- Programas específicos para niños.

Canales de compra y de información

- Web www.fcbdesplacaments.cat
- Oficina de Atención al Barcelonista (OAB) y Oficinas de Viajes Halcón/Ecuador

¡ENCUENTRA A TU PEÑA!

Las comarcas de Alicante, a excepción de La Marina Alta, constituyen una de las 30 zonas en que se divide el mapa peñístico del FC Barcelona. La Zona 17 se distribuye en ocho comarcas: La Marina Baixa, El Comtat, L'Alcoià, L'Alt Vinalopó, El Vinalopó Mitjà, El Baix Vinalopó, L'Alacantí y El Baix Segura, y se añade una peña de la provincia de Murcia. En la zona se pueden encontrar 45 peñas oficiales con 3.324 peñistas censados.

Comarcas de Alicante

ALBERT RIUDEUBÀS

La Federación de esta zona no incluye la comarca alicantina de La Marina Alta, cuyas peñas están inscritas en la Federación de las comarcas de Valencia y Marina Alta. La peña más veterana de la zona es la Peña Barça Torrevieja, fundada en 1967, que está a punto de celebrar su 50º aniversario.

Al igual que el resto de zonas peñísticas del FC Barcelona, con el fin de dinamizar el colectivo y hacerlo más efectivo, la Federación Comarcas de Alicante tiene una junta directiva formada por algunos de los presidentes de las peñas del territorio, una junta de dieciséis miembros que facilita las relaciones con el Club y el diálogo entre las peñas.

Junta directiva de la Federación Comarcas de Alicante

PRESIDENTE:
Francisco Baile Rodríguez

VICEPRESIDENTES:
Juan Ramón Juan Sanchís
Alonso Cutillas Cutillas

SECRETARIO:
Vicente Martínez Jordan

TESORERO:
Joaquín Guill Antón

VOCALES:
Francisco J. Juan Sanchís
Juan Pastor López
Manuel Reig Pascual
Francisco Martínez García
Juan Ramón Fernández
Antonio Ribelles Martínez
Luis Rico Navarro
Juan José Aliaga Aliaga
Germán Anton Marco
Ricardo Menor Albero
Eugenio Gómez Aperador



Foto de los fundadores de la PB Torrevieja, instalada en su sede el año 2011.

PB NOVELDA

Con el tenis de mesa y el ciclismo

La Peña Barcelonista Novelda se caracteriza por estar al lado del deporte local, con su apoyo al equipo de tenis de mesa y a la escuela de ciclismo de la población. La peña patrocina desde hace muchos años al equipo del CTM Novelda de la división autonómica de tenis de mesa, club que organiza el torneo local, que este mes de septiembre llegó a su 36ª edición.

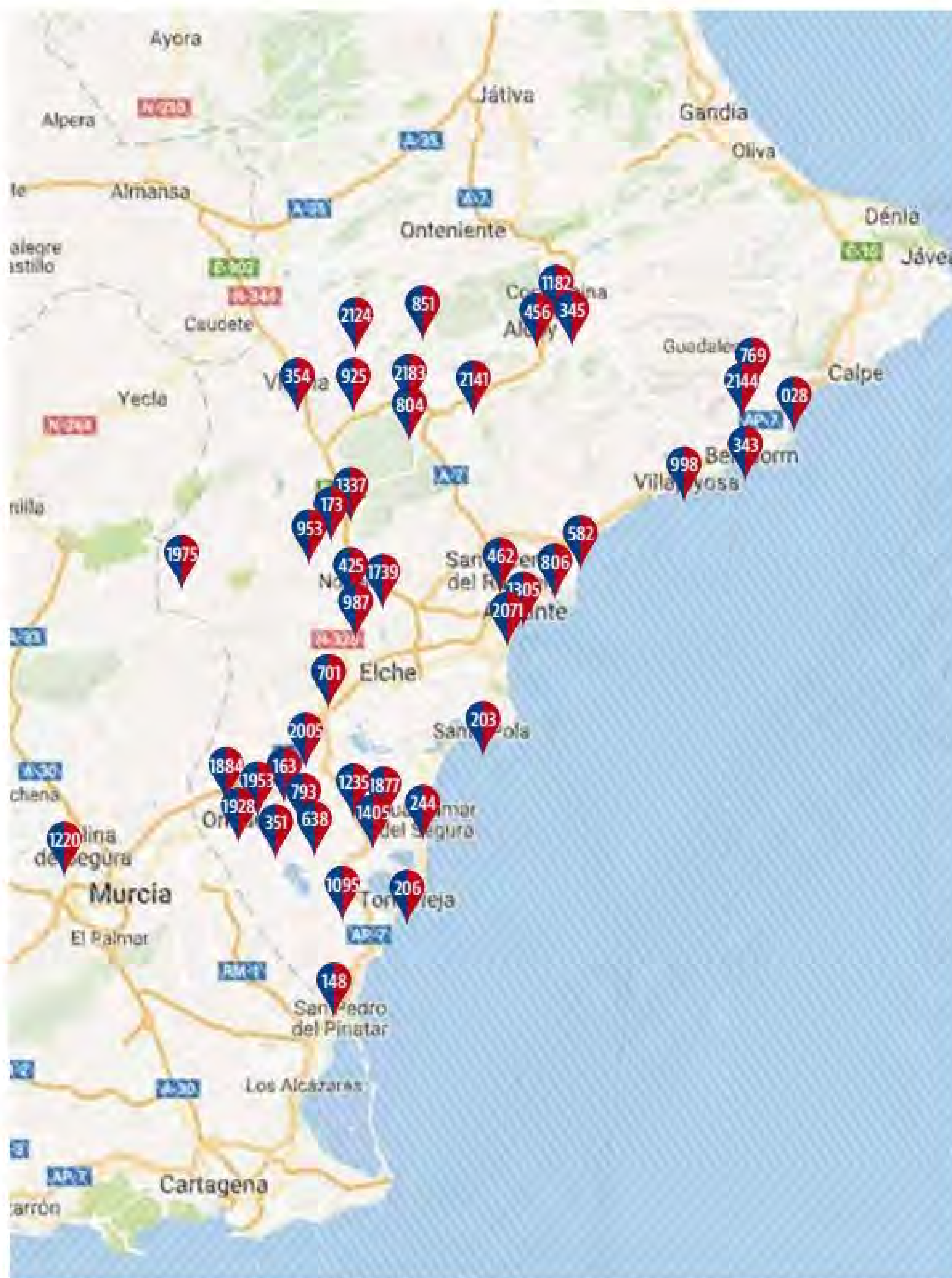


PB SANTA POLA

Trabajo con equipos de base y escuela

Los equipos de la Peña Barcelonista de Santa Pola han participado en más de una ocasión en el Torneo de Fútbol 7 de Peñas que se disputa los días del Trofeo Gamper. Esta peña trabaja con sus equipos de fútbol base y escuela, así como con la organización de su torneo de escuelas. El equipo prebenjamín de la peña se impuso en el último Trofeo de Navidad que tuvo lugar en su localidad.





COMARCAS DE ALICANTE

Peñas Zona 17

- Peña Barcelonista Altea 28
- Peña Barcelonista Horadada 148
- Peña Barça Callosa de Segura 163
- Peña Barcelonista de Elda 173
- Peña Barcelonista Santa Pola 203
- Peña Barça Torrevieja 206
- Peña Blaugrana de Guardamar Segura 244
- Peña Barcelonista de Benidorm 343
- Peña Barcelonista Contestana 345
- Peña Barcelona Bigastrense 351
- Peña Barcelonista de Villena 354
- Peña Barcelonista de Novelda 425
- Peña Barcelonista Alcoiana 456
- Peña Barcelonista San Vicente del Raspeig 462
- Gran Peña Barcelonista del Campello 582
- Peña Blaugrana Benejuzar 638
- Peña Barcelonista Crevillent 701
- PB "Passió Blaugrana" de Callosa d'en Sarrià 769
- Peña Azulgrana San Bartolomé 793
- PB "La Foia" de Castalla 804
- Peña Barcelonista de Sant Joan 806
- Peña Barcelonista Banyeres de Mariola 851
- Peña Barcelonista Biar 925
- Peña Blaugrana Monover 953
- Peña Barcelonista de Aspe 987
- Peña Barcelonista La Vila Joiosa 998
- Peña Barcelonista San Miguel de Salinas 1095
- Peña Barcelonista de Muro 1182
- Peña Barcelonista Torres de Cotillas 1220
- Peña Barcelonista Daya Nueva 1235
- Peña Barcelonista "Alacant Culé" 1305
- Peña Barcelonista de Petrer 1337
- Peña Barcelonista de Rojales 1405
- Peña Barcelonista de Monforte Del Cid 1739
- Peña Blaugrana de San Fulgencio 1877
- Peña Blaugrana Muradeña 1884
- Peña Barcelonista Orihuela 1928
- Peña Blaugrana Redovan 1953
- Peña Barcelonista El Pinós 1975
- Peña Azulgrana San Isidro 2005
- Peña Barcelonista Albaladejo 2071
- Peña Barcelonista de Beneixama 2124
- Peña Barcelonista Ibense "Reyes Magos" 2141
- Peña Barcelonista Vall de Guadalest 2144
- Peña Barcelonista Colivenca 2183

PB ALBALADEJO

El lateral de la final de Basilea

Esta peña de Alicante fundada en 2010 lleva el nombre de José Joaquín Albaladejo, defensa alicantino que jugó en el Barça en los años setenta y principios de los ochenta, y que fue el lateral izquierdo titular de la histórica final de la Recopa de Basilea ganada al Fortuna de Dusseldorf en 1979. El exjugador se mantiene vinculado a la peña, y asiste a muchos de sus actos y celebraciones.



PB ALCOIANA

Un trofeo que da moral

Fundada en el año 1985, es una de las más numerosas de la provincia de Alicante y una gran embajadora cuando una delegación del Barça se desplaza a Alcoi. Anualmente adjudica el Trofeo de la Moral, para dar moral a algún personaje del entorno azulgrana, como ha sido este año Sergi Busquets, por ser el mejor jugador en su posición, aunque no salga nunca en las listas de la FIFA o la UEFA.

Fe de errores: *La PB de La Vila Joiosa celebra este año su 20º aniversario, y durante este tiempo ha mostrado una alta actividad, con actos tan festivos como el que tuvo lugar en la final de la Champions de Berlín, con la participación de la Charanga el Nardo. En marzo pasado, una representación de la peña fue recibida en el Camp Nou por el miembro de la Comisión de Peñas Xavier Ilincheta.*

BARÇA TV

Televisión desde el corazón del Club

Cerca del césped, de la pista, los protagonistas, los socios... Barça TV estrena temporada, la 17ª, con la voluntad de acercar el día a día del Club desde el corazón del Barça: el Estadio

MIRIAM NADAL

Los pilares del canal siguen siendo la información de calidad, la vocación de servicio a los socios y aficionados, así como también los reportajes exclusivos para conocer y descubrir el funcionamiento de los equipos y la Entidad desde dentro. Con el objetivo de informar a diario de la actualidad se consolida el programa *Hora B*. Después de empezar a rodar en abril pasado, ahora añade nuevos contenidos. El programa –de hora y media, que se emite en directo todos los días a las 19.30 h desde el Estadio-, incluirá a partir de otoño una tertulia diaria.

El fin de semana la referencia es *El Marcador*, que incluye la previa y el post del primer equipo. Las entrevistas más exclusivas y el resumen más inmediato del partido del Barça se ven cada jornada en este espacio.

En la parrilla de Barça TV destacan esta temporada, por ejemplo, los directos del fútbol formativo o del Barça B. Este año se podrán ver todos los partidos del filial, ya sean en casa o a domicilio. Además de los partidos de la cantera y del fútbol femenino, la apuesta del deporte en directo también se hace evidente con las retransmisiones de partidos de las secciones profesionales, especialmente del fútbol sala, el hockey y el balonmano.

La cobertura informativa de la actualidad también se ve en la emisión en directo de los entrenamientos abiertos del primer equipo, todas las ruedas de prensa o los actos institucionales, como el Congreso Mundial de Peñas o la Asamblea de Compromisarios.

Continúan en el canal programas muy consolidados como *Promeses*, con toda la actualidad semanal de la cantera del Barça, o *Aquí Palau*, un resumen de la jornada polideportiva del Club que se estrena cada lunes.

Los hombres de Lucho es una muestra de los reportajes exclusivos que Barça TV ha estrenado la última temporada. Este será un rasgo diferencial de la nueva temporada, con reportajes elaborados y con una sensibilidad especial, sobre todo en el entorno del primer equipo. ■



De pie: Jesús Carrillo, Marc Brau, Jaume Marcet, Paco Latorre, Andrea Ginés, Àlex Delmàs, Robert van Eeckhout, Cesc Vilalta. Agachados: Llorenç Tarrés, Laura Aparicio, Sonia de Alba, Meritxell Infante, Cristina Collado, Mario Robert, David Puig, Àngels Prieto y Miriam Nadal.



Emisiones durante 24 horas al día y en los cinco continentes

Barça TV emite durante las 24 horas del día. En Catalunya, el canal se puede seguir a través de la Televisión Digital Terrestre (TDT) desde 2008. En España se ve por suscripción a través de Movistar + y a través de otros operadores de carácter local por cable.

Barça TV internacional crece con fuerza y se ve en los cinco continentes. Cada semana se envían seis horas de contenidos exclusivos, entre los que destacan partidos del Barça, programas informativos, reportajes, entrevistas y algunos de los programas más clásicos del canal.

Barça TV se puede ver en Serbia, Croacia y Bosnia a través de Sport Klub. A través de Ma Chaine Sport llega a países como Francia y Portugal; en Alemania a través de Laola TV y en Turquía con TBC. Por Ma Chaine Sport llega a África y por beIN Sports a Oriente Medio. PPTV hace posible que el canal oficial del Club se vea en China y Discovery en Australia. En Estados Unidos, Univisión y One World Sports y a través de Direct TV y Esporte Interactiva en el resto del continente americano.

NUEVO FORMATO













Llega la REVISTA BARÇA en versión digital

La publicación del Club ya tiene a punto la aplicación para tabletas y 'smartphones', con contenidos multimedia, mapas interactivos, efectos visuales y una experiencia visual impactante

KETTY CALATAYUD

La REVISTA BARÇA inició en abril de 2015 un proceso de modernización que comenzó con un rediseño de la versión en papel y que continúa ahora con un formato digital que mantendrá la mayoría de los contenidos temáticos, pero que cambiará completamente la forma de presentarlos. Las posibilidades que ofrece la tecnología para las publicaciones digitales permite que se pueda disfrutar de los contenidos multimedia (fotografías, vídeos, interactividades, efectos visuales) que se pueden ver a través de los dispositivos móviles, ya sea una tableta táctil o un teléfono inteligente.

La revista digital se estrenará con este número 83 de la REVISTA BARÇA impresa, que ahora tienen entre sus manos. Todos los socios y socias que lo deseen, además de continuar recibiendo la publicación en papel como hasta ahora, se podrán descargar la versión digital a través de una aplicación que se podrá tener en una tableta táctil o un teléfono inteligente. En primera instancia, estará disponible la versión tableta, y próximamente también se podrá descargar la aplicación para móvil, tanto para los dispositivos iOS (iPad) como Android.

Las limitaciones físicas y de espacio que tiene una revista impresa desaparecen en la versión digital. Los lectores podrán disfrutar de los artículos y complementar la experiencia de lectura con vídeos, galerías de imágenes, infografías o mapas interactivos, efectos sonoros. Se podrá ver con detalle y paso a paso los datos clave de los grandes temas y las cronologías se disfrutarán de una manera diferente. Los complementos serán dinámicos y estarán enriquecidos con más información complementaria. La experiencia visual será impactante, con las fotografías en calidad retina.

La apuesta por el crecimiento global implica que la REVISTA BARÇA, que en la versión impresa se edita en catalán y castellano, también incorpore la versión en inglés en el formato digital. Así, los fans de todo el mundo, previo registro, podrán descargarse la revista en inglés para poder acceder a los contenidos enriquecidos con los vídeos y *making-of* multimedia que incorporará este formato adaptado a los nuevos tiempos. ■

Sólo para los socios y fans

Para poder descargarse la versión digital de la REVISTA BARÇA se deberá ser socio del FC Barcelona o bien Barça Fan, una condición que requiere registrarse en la web del Club. Los socios seguirán recibiendo la revista impresa pero, si lo desean, también se podrán descargar de forma gratuita la revista digital a través de una APP tipo *quiosk* disponible en la App Store de Apple para dispositivos iOS, y en Google Play, para dispositivos Android. La aplicación para dispositivos iOs debe tener el sistema 8.0 o superior, y la de Android, el sistema 4.1 superior (tabletas con resolución de pantalla de mínimo 1024x600). Una vez descargada, dentro de la misma aplicación, la revista se podrá ir descargando bimestralmente. Los usuarios podrán escoger en qué idioma quieren descargar la revista: catalán, castellano o inglés.

El esguince cervical

El esguince en la columna cervical, popularmente conocido como latigazo cervical, es una lesión propia de deportes como el rugby, el hockey hielo o el automovilismo y se produce por el movimiento brusco que realiza el cuello después de un impacto

COORDINACIÓN
Begonya Baltà y Francesc Orenes
ASESOR
Dr. Franchek Drobnic (Servicios Médicos FCB)



Popularmente conocido como latigazo cervical, el síndrome del esguince cervical (SLC) es una lesión que en la actualidad se asocia mucho a los accidentes de tráfico, pero también se dan casos, más o menos habituales, en deportes como el rugby, el fútbol americano, el hockey hielo o la hípica, y, en menor incidencia, en otras disciplinas de equipo, como el fútbol o el baloncesto. Esta lesión se produce en la zona cervical de la columna vertebral por un movimiento brusco del cuello (hiperextensión, hiperflexión, rotación o la combinación entre éstas) después de impactos repentinos, y ocasiona lesiones, básicamente, en los tejidos blandos que proporcionan estabilidad al cuello.

El esguince cervical puede incidir en todas las estructuras de la columna cervical: los músculos anteriores o posteriores, los ligamentos, los discos e, incluso, los nervios. Sobre todo afecta a la vértebra cervical 5ª, que es la más móvil de todas las vértebras. En función de la gravedad de la lesión encontramos diferentes grados, que pasan del simple dolor cervical con una contractura leve y sin afectación neurológica (grado I), a la rigidez y el dolor localizado también sin afectación neurológica (grado II), hasta casos con clínica neurológica (grado III). El grado 0 es asintomático y sin cervicalgia, y en el grado IV se producen lesiones óseas como luxaciones o fracturas y que requieren intervención quirúrgica, ya que además de la inestabilidad pueden afectar seriamente la médula espinal o las raíces nerviosas.

En algunos casos es posible que los síntomas no aparezcan inmediatamente y se produzcan a las pocas horas, días o incluso semanas. La sintomatología depende de la gravedad de la lesión, pero los síntomas más comunes son rigidez y pesadez en el cuello, dolor en el hombro, hormigueo en los brazos y las manos, dolor de cabeza, mareos, vértigos, alteraciones visuales, náuseas y vómitos, zumbido en las orejas y migraña postraumática, entre otros. La inmediata y adecuada inmovilización del cuello para prevenir más complicaciones es de una importancia vital. En algunos casos no sólo conviene hacer pruebas traumatológicas, sino también hacer pruebas neurológicas (resonancia magnética nuclear y electromiograma), en casos especialmente graves.

Tratamiento

El tratamiento del esguince cervical depende de la gravedad. En todos los casos se trata inicialmente el dolor y la contractura cervical con analgésicos, antiinflamatorios y relajantes musculares. También son necesarias medidas terapéuticas de fisioterapia como la aplicación de calor o de frío, la electroterapia, las tracciones cervicales y los correspondientes masajes. Los ajustes quiroprácticos específicos para normalizar el funcionamiento de la columna vertebral

Esta lesión se conoce popularmente como latigazo cervical

El tratamiento específico depende de cada caso y según la gravedad

hasta conseguir que las vértebras restablezcan su posición natural y que el cuello recupere la capacidad de movimiento también son necesarios en ocasiones. Es importante destacar que la inmovilización con collarín sólo debe hacerse en lesiones de cierta gravedad y durante muy poco tiempo (menos de tres días en general), ya que si no la musculatura se debilitaría y la recuperación total sería más lenta.

Precisamente, la recuperación después de un latigazo cervical suele ser más o menos espontánea durante los meses posteriores a la lesión, siempre teniendo en cuenta cada caso individual. Sin embargo, hay pacientes que tienen síntomas persistentes y dolor crónico durante años. El proceso de recuperación también puede verse influido por el tiempo de reposo en las fases iniciales de la lesión, así como por la realización de ejercicios y otras actividades que mejoran la fuerza y la calidad de los movimientos después de la fase inicial inflamatoria, que suele durar entre cuatro o seis semanas. Así pues, la mayoría de latigazos cervicales se curan en un plazo de seis a nueve meses, pero más del 20% de las personas que sufren lesiones derivadas de un latigazo continúan experimentando dolor, debilidad o dificultad de movimiento en la zona al cabo de un tiempo. ■

Patrocinado por:



Orígenes

Originariamente, el latigazo o esguince cervical era una lesión sufrida por los pilotos de aviación militares en el primer tercio del siglo XX, que veían afectada la zona cervical a raíz de las aceleraciones de los aviones. Posteriormente, la patología se extendió a los viajeros de los trenes de la misma época cuando había más accidentes ferroviarios y sufrían las correspondientes sacudidas de cuello. Años después, los traumatólogos y neurólogos encontraron casos de esguinces cervicales en los pilotos de automovilismo, que sufrían colisiones tanto laterales como posteriores. Así pues, el aumento de las competiciones de automóviles repercutió en esta patología, que comenzó a ser diagnosticada en mayor grado, y hoy en día también se ha convertido en habitual en determinados deportes.

QUÉ HA PASADO

Xavier Catalán
FOTOS: Miguel Ruiz - FCB, Germán Parga - FCB y Víctor Salgado - FCB

FCB LEGENDS

Rivaldo, nuevo fichaje

Rivaldo será uno de los nuevos integrantes del FC Barcelona Legends, el equipo de exjugadores que, a través de sus partidos en todo el mundo, contribuye a la tarea de globalización de la marca Barça y sus valores.

CULTURA

FCBarcelona Photo Awards

Con el patrocinio de Agbar y la colaboración de la Fundación Foto Colectania, estos premios de fotografía se han instaurado con el objetivo de dar reconocimiento a los valores positivos comunes al deporte y la cultura.

INSTITUCIONAL

Mueren Alfredo Pérez y De Val

Alfredo Pérez, encargado de material del Barça B durante más de 15 años, murió a los 56 años, y Luis de Val, exmiembro del Consejo Directivo del FC Barcelona presidido por Joan Gaspart, murió a los 63 años.



¡Supercampeones de España!

El FC Barcelona ganó la duodécima Supercopa de España de su historia ante el Sevilla. En el partido de ida, el equipo azulgrana tomó una clara ventaja al superar al equipo andaluz por 0-2, con goles de Suárez y Munir. A la vuelta, el Barça volvió a mostrarse muy superior a su rival y se adelantó en el marcador en el minuto 10 mediante un gol de Arda Turan. A la media hora de juego, Bravo detuvo un penalti a Iborra tras unas manos de Umtiti dentro del área barcelonista. Al inicio de la segunda mitad, de nuevo Arda hacía el doblete con un gran gol desde fuera del área y poco después Messi estableció el 3-0 definitivo con un cabezazo tras un centro de Digne.



Mueren los exjugadores Bustillo y Tejedor

El exjugador del FC Barcelona Miguel Ángel Bustillo murió a los 69 años. Procedente del Zaragoza, Bustillo jugó con el Barça entre los años 1969 y 1972. Bustillo sólo pudo disputar 10 partidos oficiales por una grave lesión sufrida en el Santiago Bernabéu. Joaquim Tejedor, que murió a los 86 años, jugó entre 1950 y 1952 formando parte del Barça de las Cinco Copas y disputó cinco partidos oficiales.



Acuerdo con TMB

El vicepresidente primero Jordi Cardoner y el comisionado del Espai Barça, Jordi Moix, firmaron un acuerdo con Mercedes Vidal, presidenta de Transportes Metropolitanos de Barcelona, por el que la red de metro podrá dar servicio más allá del horario habitual de cierre (las 12 de la noche los laborables de lunes a jueves) en determinadas fechas, cuando se programen partidos que finalicen más allá de este horario.



RELACIONES INTERNACIONALES

Encuentro con Infantino

El presidente Josep M. Bartomeu, el vicepresidente Jordi Mestre, Albert Soler, director de Deportes Profesionales, y Raúl Sanllehí, director de Fútbol, tuvieron un encuentro institucional con el presidente de la FIFA, Gianni Infantino.

CULTURA

Fundación Ernest Lluch

El FC Barcelona y la Fundación Ernest Lluch prorrogaron el acuerdo de colaboración que mantienen ambas entidades desde mayo de 2013, destinado a fomentar el diálogo, la investigación y la divulgación académica.

FÚTBOL FEMENINO

Campeonas de Catalunya

El equipo femenino ganó la final de la Copa Catalunya con una victoria espectacular ante el Espanyol por 6-0. Con este título, el Barça femenino consigue siete de las últimas ocho ediciones de esta competición.



La quinta Supercopa consecutiva

El FC Barcelona Lassa hizo historia por ser el primer equipo capaz de ganar cinco veces consecutivas la Supercopa Asobal al superar al Anaitasuna en la final por 30-38. Con esta victoria los azulgranas certificaban su superioridad al conseguir los últimos 15 títulos domésticos y el 19º en esta competición. La primera parte fue muy igualada hasta que el equipo barcelonista cogió una renta de tres goles de ventaja (15-18) al final del primer acto. En la segunda parte, el Barça Lassa apretó el acelerador y abrió una brecha definitiva para el equipo navarro. Kiril Lazarov fue el máximo goleador del equipo con seis goles.



Los fichajes del Barça de balonmano

El equipo de balonmano se reforzó con los fichajes de Valero Rivera Folch, que vuelve al Barça para jugar durante los tres próximos años tras un largo periplo por otros clubes, el portero macedonio proveniente del Rhein Neckar Lowen Borko Ristovski, que firmó para dos temporadas, y el extremo Joan Saubich, que, tras un año cedido en el Pays d'Aix, vuelve al Barça para jugar las dos próximas temporadas. Los otros refuerzos del equipo de Xavi Pascual han sido el lateral izquierdo danés Lasse Andersson y los laterales franceses Timothey N'Guessan y Dika Mem, provenientes del Kolding, el Chambéry y el Trembaly, respectivamente.



Éxito de participación en el Congreso Mundial

Más de 1.400 peñistas asistieron al Congreso Mundial de Peñas con una representación de más de 650 peñas, un registro de récord. Este hecho demuestra que el movimiento sigue con el compromiso de reforzar la marca Peña. Durante el congreso se hicieron las ponencias del presidente Josep Maria Bartomeu, del vicepresidente primero Jordi Cardoner y de los directivos Pau Vilanova y Jordi Moix. Además, la directiva Maria Teixidor entregó el Premio Edelmira Calvetó a las presidentas de peñas Maria Antònia Milà y Jordina Font y los peñistas disfrutaron con la presentación de los nuevos fichajes del primer equipo de fútbol.



Fiesta y triunfo en el Trofeo Joan Gamper

La 51ª edición del Trofeo Joan Gamper tuvo como principal atractivo el recuerdo de Wembley 92, donde se logró la primera Copa de Europa del Barça, del que esta temporada se conmemora el 25º aniversario. El rival fue la Sampdoria, el mismo adversario de la final que disputó el Dream Team de Johan Cruyff. Durante la jornada hubo un montón de actividades lúdicas, talleres y espectáculos y se repartieron 3.000 globos de color naranja con la imagen conmemorativa de Wembley. Después de la presentación oficial del primer equipo, el Barça consiguió la victoria al superar a la Sampdoria por 3-2, con goles de Suárez y Messi (2).



Alcácer, el último refuerzo

El último fichaje del FC Barcelona, Paco Alcácer, firmó contrato para las cinco próximas temporadas. El FC Barcelona abonará al Valencia CF 30 millones de euros fijos más 2 variables. La cláusula de rescisión del contrato de Alcácer se ha cifrado en 100 millones de euros. El delantero, nacido en Torrent (Valencia) en 1993, ha destacado siempre por su capacidad goleadora. Como profesional, Paco Alcácer ha disputado 146 partidos entre las dos etapas en el Valencia y el año de cesión al Getafe.

Cillessen toma el relevo de Bravo

Con el traspaso de Claudio Bravo al Manchester City, el FC Barcelona apostó por el portero holandés Jasper Cillessen, de 27 años. Proveniente del Ajax, Cillessen fichó para las próximas cinco temporadas. El FC Barcelona abonará al Ajax 13 millones de euros garantizados más 2 variables, y la cláusula de rescisión del contrato del portero se cifró en 60 millones de euros. Cillessen es un portero con ADN Barça, ya que se adapta a la perfección a la filosofía de juego barcelonista.





Recepción a los medallistas olímpicos de Río

El presidente Bartomeu recibió en el Palco del Camp Nou a los jugadores azulgrana que lograron una medalla en los Juegos: Navarro y Claver, bronce con la selección española de baloncesto; los jugadores de balonmano Noddesbo y Sorhaindo y N'Guessan, oro y plata con Dinamarca y Francia. Además, Bartomeu felicitó a otros medallistas como Pau Gasol, Mireia Belmonte, Saúl Craviotto, Joel González y Carlos Coloma, y Neymar Jr y Rafinha ofrecieron la medalla de oro con Brasil a la afición del Camp Nou.



Celebración de la Fiesta Nacional de Catalunya

Un año más el FC Barcelona estuvo presente en los actos conmemorativos de la Diada de l'Onze de Setembre y participó en la tradicional ofrenda floral al monumento a Rafael Casanova. El presidente Josep M. Bartomeu, los vicepresidentes Jordi Cardoner y Carles Vilarrubí, los directivos Josep Ramon Vidal-Abarca, Jordi Calsamiglia, Maria Teixidor y Xavier Vilajoana, así como los integrantes del primer equipo Andrés Iniesta y Jordi Masip encabezaron la delegación azulgrana.



Òscar Grau, nuevo director ejecutivo (CEO)

La Junta Directiva nombró a Òscar Grau nuevo director ejecutivo (CEO) del Barcelona, después de que el actual director general de la Entidad, Nacho Mestre, hubiera pedido al presidente del Club más disponibilidad de tiempo por motivos personales. Grau había sido hasta entonces el director de la FCBEscola, que pasó a ser dirigida por Franc Carbó. Grau es licenciado en Administración y Dirección de Empresas y MBA por Esade y fue jugador de la sección de balonmano del FC Barcelona (de 1984 a 1995).



Nuevo acuerdo de patrocinio con Gillette

El FC Barcelona y Gillette llegaron a un acuerdo de ámbito global por el que la marca líder en productos de afeitado y cuidado personal, que hasta la temporada pasada era Regional Partner del Club en América Latina, se convierte en Premium Partner del Club durante las próximas tres temporadas. Este es el único acuerdo de patrocinio de la multinacional con un club de fútbol, y de esta manera el FC Barcelona continúa con su expansión global y refuerza su presencia en el continente americano.



JOSÉ MARÍA GAY DE LIÉBANA
Profesor de la Universidad de Barcelona

LOS RETOS DEL MARKETING

Para el Barça, el camino para seguir creciendo pasa necesariamente por un incremento en el capítulo comercial proyectándose a nivel global aprovechando la visibilidad televisiva internacional

El fútbol, tal como lo concebimos hoy en día, ha perdido, en cierto modo, su romanticismo y ese carácter tan local de antes. Pertenecer a la selecta élite futbolística internacional –de hecho, podríamos decir que europea– implica ser un club dotado de singular energía deportiva y, a la vez, de una potencia económica robusta. Si repasamos el palmarés de la Liga de Campeones desde la temporada 1999/2000 hasta la 2015/16, siempre la ha conquistado un club situado entre los diez primeros del ranking por facturación, excepto la 2003/04, en la que ganó el Oporto.

La fuerza económica coloca a los grandes clubes en una posición hegemónica. Dado que están en el escaparate universal, su proyección trasciende fronteras, el carisma de sus jugadores no encuentra límites, su impacto mediático cautiva a los aficionados. Sólo un puñado muy exclusivo de clubes destaca por su huella. Los aficionados de los clubes que pertenecen a la clase media, por regla general, son fanáticos de su club y seguidores de otro de los grandes clubes europeos.

Años atrás, los clubes de fútbol basaban sus ingresos en las cuotas de los socios y abonados. Pensar en explotar adecuadamente las posibilidades que brindaba el recinto de un estadio era casi una profanación. La televisión y el marketing constituían ingresos atípicos, lo que significaba que los ingresos típicamente futbolísticos procedían de los socios y abonados. El Barça la temporada 1978/79 generaba el 87% de sus ingresos a través de las cuotas de socios y abonados más el taquillaje de los partidos. El peso de los que por aquellas calendas se identificaban como ingresos atípicos era sólo del 13%, en fase muy embrionaria. La temporada 1978/79 los ingresos del FC Barcelona



JOTAERE

ascendieron a 6 millones de euros –1.000 millones de pesetas, que para la época era un montante exuberante–; actualmente, superan los 600 millones.

Hoy, ser un club global y universal, como el Barça, requiere mimar la parroquia, que son en definitiva los feligreses que puntualmente van al templo del Camp Nou, y proyectarse a nivel global aprovechando la visibilidad televisiva para impulsar la vertiente del marketing. Aquellas vallas en el Estadio en las que aparecía el concesionario de automóviles de la esquina, la sopa casera o las camisas del industrial de la comarca han dejado paso a los patrocinios de firmas internacionales, de aliados comerciales, con los que el Club pasea su nombre y su prestigio por todas partes. Aunque esto conlleva una servidumbre cualitativa de primer orden: ser un equipo ganador.

La gloria deportiva del Barça de los últimos años, la cosecha de títulos de Liga, la consecución en pocos años de diversas Champions, proclamarse campeón del mundo y triunfar en otras competiciones, junto con la calidad de sus futbolistas, ha dotado al club azulgrana de un vigor económico excepcional, como lo confirma la evolución de sus ingresos comerciales. La marca Barça vende aquí, allá y más allá.

Pero ser líder exige un peaje. Ganar tiene un precio. Sumar títulos supone desembolsos con que se puede compensar a los héroes de las gestas deportivas. Poner en marcha diariamente una estructura de la dimensión del Barça conlleva incurrir en importantes gastos de gestión.

Es indudable que el impacto de las percepciones por derechos televisivos supone una cuota importantísima dentro de la cifra de negocios de los grandes clubes, aunque la realidad es que las últimas temporadas el protagonismo se concentra en los ingresos comerciales. En concreto, la temporada 2014/15 los veinte primeros clubes del ranking por facturación, todos ellos europeos, generaron unos ingresos de 6.632 millones de euros. De esta cifra, 1.283 millones correspondieron al Match Day –socios, abonados, taquillaje y estadio–, 2.617.000 a derechos de televisión, y 2.732.000 a comerciales, equivalentes al 41% sobre los ingresos totales.

Los retos que tiene delante el FC Barcelona en el capítulo comercial son de lo bueno y mejor y, al mismo tiempo, realizables. El posicionamiento del Barça en el ámbito mundial le permite canalizar ingresos de punta a punta de los cinco continentes. La franquicia que representan sus estrellas futbolísticas facilita que el Barça llegue a todos los rincones. La televisión es una aliada determinante, al conceder esta visibilidad internacional, esta aureola de club transnacional... Los ingresos comerciales son la consecuencia y la realización de toda esta vistosidad. Para el Barça, para posibilitar su crecimiento, para mantener el estatus de gran club, el camino pasa necesariamente por incrementar en el capítulo comercial para poder jugar de igual a igual, y ganar, en el concierto futbolístico internacional. ■

LAS SIETE DIFERENCIAS



FOTO-PUZLE

¿Quién es este exjugador del FC Barcelona?

SOPA DE LETRAS

15 medallistas olímpicos que han vestido la camiseta azulgrana

P	N	O	D	D	M	W	O	K	A	D	G	D	D	E	E	Y
B	U	A	A	Y	Z	E	Q	Y	N	E	Q	I	U	A	U	U
Z	A	Y	V	B	A	H	S	A	A	E	J	G	T	C	E	B
X	A	R	O	A	N	O	N	S	G	L	P	R	S	O	U	W
Z	F	M	R	L	R	C	U	F	I	A	L	U	S	Q	Y	Z
S	E	J	O	U	H	R	U	Q	G	P	A	M	O	V	O	W
A	R	T	Y	R	F	E	O	R	U	C	G	E	L	U	C	P
M	R	W	X	P	A	E	L	O	A	R	S	Q	O	I	A	P
I	E	A	M	P	I	H	T	A	R	U	Y	F	Z	I	O	O
T	R	Q	F	A	A	I	M	N	D	Z	M	Y	A	Z	V	K
I	V	C	A	I	E	P	I	E	I	H	Q	S	B	U	Y	W
E	S	D	Q	Q	N	F	P	Y	O	G	H	U	A	H	H	U
R	B	C	O	H	U	H	D	M	L	A	Y	X	L	S	O	M
A	B	A	S	C	A	L	A	A	A	N	U	A	S	I	Q	X
O	T	C	O	R	R	O	P	R	A	U	D	I	O	P	J	A
Y	Y	D	X	Z	B	A	J	F	X	M	H	Q	O	Q	S	V
V	S	E	C	D	Y	D	C	J	Z	Q	O	X	X	R	E	I

EL TEST DEL BARÇA

DEMUESTRA LO QUE SABES DEL BARÇA. ¿PREPARADO?

1) ¿Cuántos campos de fútbol en propiedad ha tenido el FC Barcelona?
- A 4
- B 5
- C 3
- D 2

2) ¿Cuál es la cifra que más se acerca al número total de visitantes del Museo del FC Barcelona?
- A Más de 29 millones
- B Más de 25 millones
- C Más de 20 millones
- D Más de 31 millones

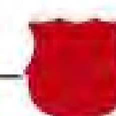
3) ¿Con qué equipos había jugado el nuevo portero Jasper Cillessen antes de su fichaje por el FC Barcelona?
- A PSV Eindhoven y AFC Ajax
- B AFC Ajax
- C Feyenoord y AFC Ajax
- D NEC Nijmegen y AFC Ajax

4) ¿Cuál es el nuevo director de la FCBEscola?
- A Òscar Grau
- B Franc Carbó
- C Josep Fernández
- D Jordi Martínez

5) ¿De qué nacionalidad era Erhard Wunderlich, uno de los primeros cracks extranjeros del balonmano azulgrana?
- A Danés
- B Francés
- C Yugoslavo
- D Alemán

6) ¿Con qué equipo se enfrentó el FC Barcelona en el conocido *partido de la calderilla* del año 1924?
- A Hispània
- B UE Sants
- C RCD Espanyol
- D CE Júpiter

Todos aquellos que respondan correctamente a las seis preguntas entrarán en un sorteo para conseguir una camiseta firmada por su jugador favorito. Las respuestas deben enviarse, haciendo constar el nombre y el número de socio, a:
Correo: REVISTA BARÇA.
Av. d'Arístides Maillol, s/n, 08028 Barcelona



Resultados número 82

EL TEST DEL BARÇA
1B, 2D, 3C, 4B, 5A y 6C.

FOTO-PUZLE
Archibald

Nombre del ganador
Juan Cano Peralta
Socio 18.777

SOPA DE LETRAS

LAS SIETE DIFERENCIAS



OFICINAS DE ATENCIÓN E INSTALACIONES

Sede Social
Arístides Maillol, s/n
08028 - Barcelona
902 1899 00

OAB
(Oficina de Atención al Barcelonista)
oab@fcbarcelona.cat
www.fcbarcelona.cat/socis/oab-online
HORARIOS
De lunes a viernes de 9 a 20 horas. Partidos de fútbol en el Camp Nou entre semana: de 9 horas hasta el inicio de la segunda parte. Partidos de fútbol en el Camp Nou en fin de semana: de 10 horas hasta el inicio de la segunda parte. Partidos de fútbol en el Camp Nou en festivos: de 10 horas hasta el inicio de la segunda parte.

OAE
(Oficina de Atención Especializada)
oae@fcbarcelona.cat
HORARIOS
De lunes a viernes de 9 a 20 horas. Partidos de fútbol en el Camp Nou entre semana: de 9 horas hasta el inicio de la segunda parte. Partidos de fútbol en el Camp Nou en fin de semana: de 10 horas hasta el inicio de la segunda parte. Partidos de fútbol en el Camp Nou en festivos: de 10 horas hasta el inicio de la segunda parte.
Te Acompañamos: Mediante este servicio, los asistentes a los partidos en el Estadio pueden solicitar a los voluntarios de la Cruz Roja, distribuidos en tres carpas en los accesos 2, 18 y 19 (partidos oficiales del primer equipo de fútbol), que los acompañen a su localidad con una silla de ruedas, así como que los recojan después del partido.

OAP
(Oficina de Atención a las Peñas)
penyes@fcbarcelona.cat
http://penyes.fcbarcelona.cat/oap-online
HORARIOS
De lunes a viernes de 9 a 20 horas. Partidos de fútbol en el Camp Nou entre semana: de 9 horas hasta el inicio de la segunda parte. Partidos de fútbol en el Camp Nou en fin de semana: de 10 horas hasta el inicio de la segunda parte. Partidos de fútbol en el Camp Nou en festivos: de 10 horas hasta el inicio de la segunda parte.

Taquillas
Boulevard Camp Nou
HORARIOS
Temporada baja: De lunes a sábado de 9.45 a 18.30 horas. Domingos y festivos de 9.45 a 14.30 horas.
Temporada alta (a partir del 28 de marzo y hasta el 12 de octubre): De lunes a domingo de 9.15 a 19.30 horas.

Acceso 15
HORARIOS
Día antes de partido en el Camp Nou: De 9.30 a 19 horas. Día de partido en el Camp Nou: de 9.30 horas hasta la media parte del partido.
Taquillas Gol Norte - Acceso 4
Día de partido en el Camp Nou: de 11 horas hasta la media parte del partido.

Camp Nou Experience
(Museo y Tour)
(Socios del FC Barcelona, acceso gratuito)
http://www.fcbarcelona.cat/camp-nou
HORARIOS
Temporada baja: de lunes a sábado de 10 a 18 horas y domingo de 10 a 14.30 horas. Temporada alta (a partir del 28 de marzo y hasta el 12 de octubre): de lunes a domingo de 9.30 a 19.30 horas. *Antes de realizar la visita se recomienda verificar los horarios en el sitio web del Club, ya que son susceptibles de cambios no previstos por entrenamientos o eventos diversos.

FCBotiga Megastore
(5% descuento socios,
10% descuento Tienda Online)
fcbotiga@nike.com
93 409 02 71
HORARIOS
Temporada baja: De lunes a sábado de 10 a 19 horas y domingo de 10 a 15 horas. Temporada alta (a partir del 29 de marzo): de lunes a domingo de 10 a 20.30 horas. *Los días de partido en el Camp Nou la FCBotiga estará abierta en función de la hora de inicio.

Centro de Documentación y Estudios FCB
centre.documentacio@fcbarcelona.cat
93 496 36 12
HORARIOS
De lunes a jueves: de 10 a 14 y de 16 a 18.30 horas. Viernes: de 10 a 15 horas. *Excepcionalmente, los días de partido de Liga de Campeones en el Camp Nou el horario es de 10 a 13 horas. **Cerrado por vacaciones durante el mes de agosto.

Pista de Hielo
(35% de descuento socios)
pistadegel@fcbarcelona.cat
HORARIOS
Lunes, martes y jueves de 10 a 18 horas. Miércoles de 10 a 14 horas. Viernes de 10 a 14 horas y de 17 a 20 horas. Sábados, domingos y festivos de 11 a 14 horas y de 17 a 20.30 horas. Vacaciones escolares ampliación de horario, consultar web. Cerrado por mantenimiento durante el mes de agosto. Otros días cerrado: 25 de diciembre todo el día, el 24 y 31 de diciembre por la tarde, el 1 y 6 de enero por la mañana y el 24 de junio todo el día.

Agrupación Barça Jugadores (ABJ)
www.jugadorsfcbarcelona.cat
info@jugadorsfcbarcelona.cat
93 330 18 68
HORARIOS
De lunes a viernes de 9 a 14 y de 15 a 20 horas (viernes hasta las 19 horas).

Casal de l'Avi
93 496 75 15
De 10 a 13 y de 16 a 20 horas. Cerrado sábado por la tarde y domingo.

Toda la información en www.fcbarcelona.es

PATROCINADORES

PARTNERS PRINCIPALES




PARTNERS OFICIALES



















PARTNERS PREMIUM

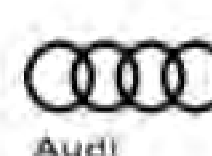










PARTNERS SECCIONES




PARTNER PRINCIPAL DE SECCIONES



PARTNER OFICIAL DE SECCIONES



PARTNER OFICIAL BALONMANO



PARTNER OFICIAL DE HOCKEY